

Общие требования к рекламе

1. Содержание рекламы должно соответствовать действующему Федеральному закону «О рекламе». Недобросовестная и недостоверная реклама недопустима. Рекламодатель по требованию Редакции обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям Федерального закона «О рекламе».

2. При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации о государственном языке. Объявление должно соответствовать нормам русского языка, в нем не должно быть орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок. В противном случае редакция оставляет за собой право на корректорскую правку.

3. В рекламе не допускается использование бранных и жаргонных слов и выражений, непристойных и оскорбительных образов и сравнений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флаги, гербы, гимны), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятники истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

4. Не следует злоупотреблять сокращениями. Сокращенные слова не должны приобретать двусмысленный характер или неблагозвучный оттенок.

5. Не допускается реклама: товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации; наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий; органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи; товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации; товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия; товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

6. Не допускаются к публикации объявления с просьбой о предоплате, почтовой пересылке наложенным платежом или в конверте денежных сумм, а также других вложений.

7. Не допускаются к публикации рекламные объявления любого формата, содержащие в одном объявлении рекламу нескольких юридических лиц, кроме случаев, когда упоминание нескольких юридических лиц в рекламе обязательно в силу закона, а так же в случаях, когда юридические лица упоминаются в рекламе в силу наличия документально подтвержденных партнерских отношений между собой и единый объект рекламирования.

8. Текстовые и фотообъявления должны начинаться с указания конкретной оказываемой услуги или названия товара. В частности, текстовые объявления не должны начинаться с любых небуквенных символов; сокращений, не дающих ясного понимания оказываемой услуги; союза «а»; латинских букв; названий фирм; слов «абсолютно», «все», «лучший», «любой», «самый» и т. п. В случае нарушения данного требования Редакция вправе перенести объявление в конец рубрики.

9. Для всех видов текстовых и фотообъявлений во всех полях не допускается шрифтовое выделение отдельных фраз или слов (набор прописными буквами, в разрядку и т. д.), за исключением случаев, предусмотренных редакционным дизайном объявления. Написание прописными буквами разрешается только для аббревиатур и оригинальных названий. В случае

нарушения данного требования Редакция в праве переставить объявление в конец рубрики, а при последующих нарушениях снять его с публикации.

10. Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию (Федеральный закон от 08.08.01 № 128-ФЗ «О ЛИЦЕНЗИРОВАНИИ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»), реклама данных товаров (работ, услуг) принимается к размещению и распространению только при условии предоставления в редакцию (непосредственно или через рекламное агентство) надлежаще заверенных копий лицензий, сертификатов, документов о государственной регистрации.

11. Упоминание в рекламе номера лицензии и органа, ее выдавшего, или указания — «подлежит обязательной сертификации» — не обязательно.

12. Редакция оставляет за собой право размещать рекламные и информационные объявления строго по рубрике.

13. Рекламодатель по требованию рекламодателя обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям Федерального закона «О РЕКЛАМЕ», в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.

14. Претензии по размещению информации и рекламных материалов принимаются в течение двух недель после выхода номера.

15. Претензии по виду модуля не принимаются, если мелкие элементы изображения или мелкий текст составлены из двух и более цветов или выполнены вывороткой на фоне, состоящем из двух и более цветов.

16. Репутация и/или качество указанного в рекламном объявлении и исходных материалах объекта рекламирования и/или рекламодателя (организация, товар, работы, услуги и т.д.) не должны быть поставлены под сомнение в официальных периодических СМИ государственных органов и не должно иметься иных сомнений в добросовестности рекламного объявления и исходных материалов или достоверности содержащихся в Информации и исходных материалах сведений, в том числе в редакцию не должно поступать жалоб от граждан и/или организаций на объект рекламирования и/или рекламодателя, в сети Интернет не должно быть жалоб на объект рекламирования и/или рекламодателя, не должно быть судебных и/или уголовных дел в отношении рекламодателя по вопросам, связанным с объектом рекламирования (другими аналогичными объектами) и/или исполнением рекламодателем своих обязательств.

17. В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.

18. В рекламе стимулирующих мероприятий (лотерея, конкурс, игра, имеющие стимулирующий характер, обещание подарка при покупке товара/услуги и т. п.) должны быть указаны:

— срок проведения мероприятия;

— источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

При этом указание на источник информации должно выглядеть следующим образом:

«информацию об организаторе мероприятия, о правилах проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия, сроках, месте и порядке их получения можете получить по телефону _____/на сайте _____/у менеджера (необходимо выбрать один из вариантов)».

19. В рекламе товаров/услуг, в обязательном порядке сопровождаемых предупреждениями, и иными обязательными сообщениями данные **сообщения должны быть читабельны** (т.е. запрещается указывать, например, предупреждение на синем фоне синим шрифтом).

По тем обязательным сообщениям, где законом не предусмотрен обязательный размер сообщения, они должны быть также читабельны: **запрещается мелкий шрифт**, когда прочтение затруднено.

Если делается сноска, то она должна расшифровываться на видном месте, потребитель не должен затрачивать время, для изучения всего макета в поисках ее расшифровки.