

### **1.1. 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 телефоннообязательно 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 паралимпийской 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 предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащее подтверждение наличия у рекламодателя прав на использование вышеназванной символики, предоставленных Международным олимпийским комитетом и (или) Международным паралимпийским 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.

### **1.2. Требования к рекламе «зонтчных» 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 в телевизионных программах запрещено полностью или в определенное 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 допускается ни в каком виде.**

### **1.3. Требования к рекламе лекарственных препаратов.**

При рекламе лекарственных препаратов в Региональном эфире телеканала Компания обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;
- инструкция по применению, утвержденная 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;

- 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 в случае отсутствия Разрешения от Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом;

- лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных препаратов в случае, если в рекламном материале присутствует наименование юридического лица - производителя соответствующего товара либо товарный знак (логотип) производителя (для иностранных компаний возможен иной разрешительный документ, предусмотренный законодательством соответствующей страны);

- письмо, от рекламодателя, подтверждающее отсутствие в составе рекламируемых лекарственных препаратов наркотических и психотропных веществ, включая подтверждение того, что лекарственный препарат не содержит кодеин или его солей, а также гарантия, 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 (исключением является, если у аптеки имеется соответствующее разрешение от Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом).

Реклама лекарственных препаратов в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом и/или ознакомиться с инструкцией по применению».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению в Региональном эфире Телеканалов, возможна **только после** предварительного согласования. Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканала «МИР» **не допускается**.

#### **1.4. 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 и/или ознакомиться с инструкцией по применению».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

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

При рекламе медицинских изделий в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;
- инструкция по применению, утвержденная в установленном порядке (в инструкции для медицинских изделий должна содержаться информация о возможности их использования без специальной подготовки);
- образец продукции или изображение упаковки, используемой при реализации медицинского изделия;
- 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.

Реклама медицинских изделий, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению в Региональном эфире Телеканалов, возможна **только после** предварительного согласования. Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений, в Региональном эфире телеканала «МИР» **не допускается**.

#### **1.5. Требования к рекламе медицинских услуг.**

При рекламе медицинских услуг в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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 непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

Реклама медицинских услуг, оказываемых за рубежом, планируемая к размещению в

Региональном эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «Домашний», «Че», возможна **только после предварительного согласования**.

### 1.6. Требования к рекламе биологически активных добавок (БАД).

Реклама биологически активных добавок (БАД), рекламируемая в Региональном эфире телеканала **недолжна**:

- 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 в аудиоряде, 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 непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

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 в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации;
- письмо, подтверждающее и гарантирующее отсутствие дистанционных продаж БАД на сайте и/или по телефону 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, исключение составляют аптечные организации, имеющие лицензию на фармацевтическую деятельность

Реклама БАД, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению в Региональном эфире Телеканалов, возможна **только после** предварительного согласования. Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений, в Региональном эфире телеканала «МИР» **не допускается**.

### 1.7. Требования к рекламе лотерей:

1.7.1. 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**:

- общий срок проведения лотереи;
- сроки розыгрыша призов (либо конкретную дату);
- информацию следующего содержания «подробности об организаторе лотереи, о правилах ее проведения, о призовом фонде, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей, на сайте \_\_\_\_\_/по телефону \_\_\_\_\_»;

- юридическое наименование лотереи (если в креативе присутствует иное название, чем предусмотрено правилами);

При рекламе Лотерей в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- решение о проведении лотереи, принятое Правительством РФ;
- условия лотереи, утвержденные организатором лотереи;
- подтверждение вида и размера призового фонда (если заявление о нем есть в ролике);
- подтверждение статуса рекламодателя / юр. лица, указанного в ролике (если оно отличается от организатора или оператора лотереи, указанных в правилах).

В рекламе не должно быть гарантии выигрышей и связи с заработком;

Реклама лотерей, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», возможна **только после** предварительного согласования.

**1.7.2. В рекламе стимулирующего мероприятия, в том числе: конкурса, игры, розыгрыша или иного подобного мероприятия, условием участия в котором является приобретение определенного товара, необходимо указывать:**

- сроки проведения:
  - общий срок проведения стимулирующей акции (с указанием года проведения);
  - срок подачи заявок на участие в стимулирующей акции с указанием года ее проведения, если такой срок предусмотрен Правилами проведения стимулирующей акции и не совпадает с общим сроком проведения стимулирующей акции или иного подобного мероприятия;
  - срок розыгрыша призов;
- источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения:
  - информацию следующего содержания «подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте \_\_\_\_\_/по телефону \_\_\_\_\_»;
  - информацию о количестве призов (указывается в соответствии с Правилами проведения стимулирующей акции путем 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).

**1.7.3. Реклама акции, которая не является конкурсом, игрой, розыгрышем, при которой любой (безисключения) приобретатель гарантированно получит подарок (причем 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 прикрепленной 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 акций в подобной рекламе указывать не обязательно. Кроме того, при рекламе указанной в настоящем абзаце акции необходимо 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.**

1.7.4. При рекламе стимулирующего мероприятия необходимо 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:

- правила проведения стимулирующего мероприятия, утвержденные организатором мероприятия;
- гарантийное письмо, что проводимое мероприятие не является лотерей.

**1.8. Требования к рекламе услуг по заключению договоров аренды.**

При рекламе услуг по заключению договоров аренды необходимо предоставлять гарантийное письмо от рекламодателя о том, что он является непосредственным плательщиком аренды. В том случае, если плательщиком аренды 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.

### **1.9. Требования к рекламе услуг по предоставлению кредита.**

При рекламе услуг по предоставлению кредита в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензия на осуществление соответствующего вида деятельности;
- кредитная программа по рекламируемому кредиту, утвержденная банком (в случае указания в рекламе условий кредита);
- официальное письмо с подтверждением того, что информация, содержащаяся в рекламном материале является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе", а также, что указанные в рекламном материале условия кредита составляют полную стоимость кредита, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите» (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 заемщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), а именно:

- сумма кредита;
- срок предоставления кредита / срок возврата кредита;
- валюта, в которой предоставляется кредит;
- размер процентов за кредит в годовых (при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения);
- все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи с предоставлением кредита (платежи 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).
- дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заемщика, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов, необходимость оценки закладываемого имущества и т.п.). При этом, нет необходимости указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления перечня таких расходов.

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.

### **1.10. Требования к рекламе услуг по предоставлению займа.**

В эфире телеканалов 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 заемщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой

рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость займа для заемщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), 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 заемщика, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.). При этом, нет необходимости указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления таких расходов. 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;
- иная информация, указанная в п.п. 1.9.1. – 1.9.3. настоящего Приложения (в зависимости от того, кто оказывает услуги по предоставлению потребительского займа).

При рекламе услуг по предоставлению займа в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии документов, перечисленных в п.п. 1.9.1. – 1.9.3. настоящего Приложения.

Реклама услуг по предоставлению займа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», не допускается. Реклама услуг по предоставлению займа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2», «Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия», «Страна.СуперТВ», «МАТЧ ТВ», «Первый развлекательный СТС», «Домашний», «СТС LOVE», «Че», возможна **только после** предварительного согласования.

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

При рекламе услуг микрофинансовых организаций в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о внесении сведений в государственный реестр микрофинансовых организаций;
- гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов информация о рекламируемой микрофинансовой организации не исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций;
- правила предоставления микрозаймов, утвержденные уполномоченным органом микрофинансовой организации;
- типовая форма договора микрозайма;
- письменное подтверждение, что информация, содержащаяся в рекламном материале является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий микрозайма).

Требования к информации, присутствующей в рекламе микрофинансовых организаций и оказываемых ими услуг, перечислены в п. 1.9. настоящего Приложения. 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.

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», не допускается. Реклама услуг по предоставлению займа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2», «Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия», «Страна.СуперТВ», «МАТЧ ТВ», «Первый развлекательный СТС», «Домашний», «СТС LOVE», «Че», возможна **только после** предварительного согласования.

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

При рекламе кредитных кооперативов в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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 информация, содержащаяся в рекламном материала является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий займа).
- подтверждение присутствия организации в государственном реестре кредитных кооперативов Банка России;
- подтверждение отсутствия организаций в списке компаний с признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке, размещенном на официальном сайте Банка России.

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. настоящего Приложения, 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 \_\_\_\_\_».

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», не допускается. Реклама услуг по предоставлению займа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2», «Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия», «Страна.СуперТВ», «МАТЧ ТВ», «Первый развлекательный СТС», «Домашний», «СТС LOVE», «Че», возможна **только после** предварительного согласования.

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

При рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о внесении сведений в государственный реестр ломбардов;
- гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов информация о рекламируемом ломбарде не исключена из государственного реестра ломбардов;
- правила предоставления займов и принятия вещей на хранение, утвержденные уполномоченным органом ломбарда;
- письменное подтверждение, что информация, содержащаяся в рекламном материала является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий займа).

Требования к информации, присутствующей в рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг, перечислены в п. 1.9. настоящего Приложения. 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.

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», не допускается. Реклама услуг по предоставлению займа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2», «Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия», «Страна.СуперТВ», «МАТЧ ТВ», «Первый развлекательный СТС», «Домашний», «СТС LOVE», «Че», возможна **только после** предварительного согласования.

#### **1.11. 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 также надписью следующего содержания: «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».

При рекламе, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами, в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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.

Реклама услуг по форекс-дилеров, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», возможна **только после** предварительного согласования.

#### **1.12. Требования к размещению рекламы ритуальных услуг.**

Реклама ритуальных услуг, изображения надгробий и иных объектов, прямо ассоциирующихся с ритуальными услугами не допускается в эфире Телеканалов по общему правилу.

Имиджевая Реклама (без надгробий, акций) ритуальных услуг, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1», «Россия 24», «Телеканал REN-TV», «ТВ Центр-Москва» возможна **только после** предварительного согласования.

#### **1.13. 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, товарных знаков необходимо предоставлять следующие документы:

- выписку из лицензионного соглашения, заключенного 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 определенного товара (либо в рекламных целях);
  - срок предоставления прав;
  - территория использования прав,

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

либо

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

В случае использования в рекламе фотографии, кадров с изображением известного, публичного лица, необходимо предоставлять документы (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.

- при наличии в ролике графического обозначения, которое может быть зарегистрировано в

качестве товарного знака – свидетельство о регистрации товарного знака, а также документы (лицензионные договор, либо выписка из него/официальное письмо и др.), подтверждающие наличие прав у рекламодателя использовать в ролике зарегистрированный товарный знак.

В тех случаях, когда указанное в ролике графическое обозначение не зарегистрировано в качестве товарного знака – гарантийное письмо, подтверждающее данную информацию.

#### **1.14. Требования к размещению рекламы ювелирных магазинов.**

При рекламе детского питания в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- карту специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями.
- уведомление/свидетельство о постановке на специальный учет юридического лица или индивидуального предпринимателя, осуществляющего операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, и присвоении ему учетного номера.

#### **1.15. Требования к размещению рекламы печатного СМИ.**

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

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

#### **1.16. Требования к размещению рекламы туроператора.**

В случае рекламы туроператора необходимо предоставлять:

- Выписку из единого федерального реестра туроператоров/Свидетельство о внесении сведений о туроператоре в единый федеральный реестр туроператоров.

Реклама туроператоров, оказываемых услуги за рубежом, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «Домашний», «Че», возможна **только после** предварительного согласования.

#### **1.17. Требования к размещению рекламы детского питания.**

При рекламе детского питания в Региональном эфире телеканала необходимо обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна в обязательном порядке содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей.

#### **1.18. Требования к размещению рекламы товаров (в том числе услуг) при дистанционном способе продажи.**

Требования к документам:

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

- заверенной копии свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ (для индивидуального предпринимателя - в ЕГРИП) и выписки из устава, подтверждающей адрес места нахождения продавца (для юридического лица);
  - либо выписки из ЕГРЮЛ/ЕГРИП 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 следующих товаров:

- лекарственные средства (исключение, если аптека имеет соответствующее разрешение от Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами ;
- БАД (за исключением аптечных организаций, имеющих лицензию на фармацевтическую деятельность);
- алкогольная продукция;
- а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

#### **1.19. 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 в Региональном эфире телеканала 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.

#### **1.20. 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 Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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 (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 учета 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, а также в трансляциях спортивных мероприятий.**

Реклама игорных заведений, находящихся вне "игровых зон", за исключением букмекерских контор, тотализаторов, их пунктов приема 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 призовили выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

Реклама **букмекерских контор** в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2»,

«Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия», «Страна.Супер ТВ», «МАТЧ ТВ» не допускается.

Реклама **основанных на риске игр, пари**, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1», «Россия 24» возможна **только после** предварительного согласования.

### **1.21. Требования к рекламе безалкогольного пива/вина.**

При рекламе безалкогольного пива/вина в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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 безалкогольной продукции за последний календарный год;
- свидетельства о регистрации товарного знака со всеми приложениями;
- закрытый перечень продукции, производимой рекламодателем под товарным знаком продвигаемого товара.

Реклама безалкогольного пива/вина в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания: «Не является алкогольной продукцией»

(Данное предупреждение должно размещаться на протяжении всего рекламного материала, быть контрастным и хорошо читаемым. Рекомендуемый размер предупреждения должен быть не менее 5 % площади кадра.). Реклама безалкогольного пива может сопровождаться знаком (пиктограммой) обозначения безалкогольного пива на протяжении всего рекламного материала. Пиктограмма должна быть контрастной и хорошо читаемой. Рекомендованный размер пиктограммы должен быть не менее 5 % площади кадра.

К рекламе безалкогольного пива/вина 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.

### **1.22. Требования к рекламе вин, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, а также произведенных в государствах - членах Евразийского экономического союза из выращенного на территориях соответствующих государств -членов Евразийского экономического союза винограда. (далее- вино):**

При рекламе вин, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- федеральной специальной марки;
- сертификатов/деклараций на продукцию, подтверждающих место происхождения винограда;
- лицензии на реализацию и (или) производство алкогольной продукции;
- договор, техническая инструкция, фитосанитарный сертификат, либо, при невозможности предоставления их предоставления - письма, подтверждающие происхождение сырья (Россия), с

указаниями договоров поставки/приобретения сырья;

- утвержденный дизайн бутылки/упаковки, в том случае, если на ней присутствует образ человека/животного.

Реклама вин, произведенных 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, быть свободночитаемым по цвету и контрастности.

Рекламные материалы, данного объекта рекламирования **допустимы к эфиру с 23 часов 00 минут местного времени до 07 часов 00 минут местного времени.**

Реклама вина, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1», «Россия 24» возможна **только после** предварительного согласования.

### **1.23. 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) в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) 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 документом на право аренды этого участка;
- свидетельство о допуске к работам (которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства) со всеми приложениями либо письмо, гарантирующее, что застройщик не осуществляет работ по строительству, реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства, а привлекает по договору иных лиц (с указанием наименования и приложения Выписки из реестра саморегулируемых организаций);
- гарантийное письмо, подтверждающее информацию, содержащуюся в ролике, а также, что деятельность застройщика не приостановлена, а также выполнение требований законодательства о раскрытии информации в единой информационной системе жилищного строительства, о том что застройщик привлекает денежные средства участников долевого строительства только с использованием счетов эскроу, либо о том, что Застройщик исполняет обязанность по уплате отчислений (взносов) в компенсационный фонд;
- 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.

#### **1.23.1. 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.), необходимо запросить 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).

#### **1.23.2. 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** (для застройщиков, не работающих с расчетами эскроу и для застройщиков, работающих со счетами эскроу, но зарегистрировавших первый договор участия в долевом строительстве до 28.06.2021).

- 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 (для застройщиков, не работающих с расчетами эскроу и для застройщиков, работающих со счетами эскроу, но зарегистрировавших первый договор участия в долевом строительстве до 28.06.2021).

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 декларацией можно ознакомиться на сайте <https://наш.дом.рф>);
- 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.

#### **1.24. Требования к рекламе анонса кинопоказа.**

При рекламе анонса кинопоказа в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя с подтверждением факта начала проведения кинопоказа, указанием дат проведения, источника подробной информации;
- прокатное удостоверение;
- официальное письмо от рекламодателя по классификации кинопродукции (с указанием информации по возрастному ограничению).

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

Реклама анонса кинопоказа, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1», «Россия 24» возможна **только после** предварительного согласования. Реклама анонса кинопоказов Региональном эфире телеканалов «Первый канал», «Первый развлекательный СТС», «Домашний» недопустима.

#### **1.25. Реклама подписок на онлайн-сервисы**

При рекламе услуг по оформлению подписки на различные онлайн сервисы в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя об объекте рекламирования, из которого должно следовать - является ли подписка единым продуктом, а также содержать все условия ее предоставления;
- официальное письмо от рекламодателя по сайту, приложению и/или по телефонам по форме, при наличии в ролик сайта, приложения и/или телефона;
- выписка из ЕГРЮЛ на продавца, осуществляющего продажу подписки. Требования к обязательной надписи:
  - для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН;
  - для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРНИП.

#### **1.26. Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов.**

Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов в эфире Телеканалов не допускается.

#### **1.27. Требования к размещению рекламы услуг, получаемых с помощью SMS:**

Реклама услуг, получаемых с помощью SMS, в эфире Телеканалов не допускается.

#### **1.28. Требования к размещению рекламы эротического содержания.**

Реклама эротического содержания в эфире Телеканалов не допускается.

#### **1.29. Реклама иных СМИ, а также реклама с участием известных, публичных лиц.**

Реклама иных средств массовой информации, а также реклама с участием любого известного лица, особенно ассоциирующегося с иным телеканалом (например, лица, являющегося ведущим программы, выходящей в эфир другой телерадиокомпании; лица, являющегося участником программы, выходящей в эфир другой телерадиокомпании, реклама которой особенно активно размещается в данном периоде и т.п.), возможна **только после** предварительного согласования.

**1.30. Реклама бытовой и промышленной химии (в части чистящих средств для туалетов, средств для борьбы с вредителями); лекарственные препараты, связанные с гинекологией, урологией, проктологией; туалеты и товары, предназначенные для гигиены животных; средства**

**личной гигиены (гигиенические прокладки и тампоны, памперсы и подгузники и прочее), БАДы для повышения потенции,** планируемая к размещению в рекламных блоках информационных и общественно-политических программ в Региональном эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24» возможна **только после** предварительного согласования.

**1.31. Реклама услуг народных целителей, экстрасенсов, гадалок, шаманов и иных подобных услуг оккультного характера.**

Реклама услуг народных целителей, экстрасенсов, гадалок, шаманов и иных подобных услуг оккультного характера в эфире Телеканалов не допускается.

**1.32. Реклама услуг цифрового телевидения.**

Реклама по предоставлению услуг цифрового телевидения, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «ТНТ», «ТНТ4», «Телеканал 2x2», «Телекомпания Пятница», «ТВ-3 Россия»,

«Страна.Супер ТВ», «МАТЧ ТВ» возможна **только после** предварительного.

**1.33. Телемедицинские услуги (оператор информационной системы).**

При рекламе телемедицинских услуг (оператор информационной системы) в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензия на оказание медицинской деятельности,
- подтверждение регистрации в Единой государственной информационной системе в сфере здравоохранения медицинских работников, сведения о которых внесены в Федеральный регистр медицинских работников, а также регистрации соответствующих медицинских организаций в Федеральном реестре медицинских организаций (выписки из реестра/регистра либо ссылки для проверки информации),

- выписка из ЕГРЮЛ на юр.лицо, оказывающее услуги телемедицины

Реклама телемедицинских 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 непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

Требования к обязательной надписи:

- для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН.

**1.34. Реклама телемагазинов**

Реклама телемагазинов в эфире Телеканалов по общему правилу не допускается.

Размещение в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «Домашний», «Че», «СТС LOVE»,

«ТВ Центр-Москва», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания «ЗВЕЗДА», «Россия 1», «Петербург – 5 канал» возможно **только после** предварительного согласования.

**1.35. Реклама самогонных аппаратов, дистилляторов, домашних пивоварен и иных товаров для производства алкогольной продукции.**

Реклама самогонных аппаратов, дистилляторов, домашних пивоварен и иных товаров для производства алкогольной продукции в эфире телеканала «Первый канал» запрещена. Размещение в эфире других телеканалов возможно **только после** предварительного согласования.

**1.36. Реклама онлайн-кинотеатров и приложений для мобильных ОС, предоставляющих доступ к контенту (ivi.ru, mego и т.п).**

Реклама онлайн-кинотеатров и приложений для мобильных ОС, предоставляющих доступ к контенту

(ivi.ru, mego и т.п) в Региональном эфире Телеканалов не допускается.

**1.37. Реклама юридических услуг, социальных услуг по оказанию помощи социально-незащищенным слоям населения, пенсионерам.**

Реклама юридических услуг, социальных услуг по оказанию помощи социально-незащищенным слоям населения, пенсионерам, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов «Россия 1»,

«Россия 24», «Телеканал REN-TV», «СТС Love», «Домашний», «Че», «Петербург - 5 канал», возможна **только после** предварительного согласования.

**1.38. Реклама водорослей, Ламифарена (пищевые добавки)**

Реклама водорослей Ламифарена, планируемая к размещению в Региональном эфире телеканалов

«Россия 1», «Россия 24», возможна **только после** предварительного согласования.

### 1.39. Реклама такси/агрегаторов такси

При рекламе такси в Региональном эфире телеканала необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- разрешение. на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси.

При рекламе агрегатора такси в Региональном эфире телеканала необходимо обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя с подтверждением того, что он сам не оказывает услуги поперевозке и гарантией заключения договоров с компаниями/водителями, имеющими разрешение на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси.

## Технические требования к рекламным материалам

### Технические требования к Видеоматериалам

1. Основные параметры качества видеопроодукции (сигналы видео и звука) определяются: ГОСТ-7845-92, ГОСТ-11515-91, ПТЭ-2001, ОСТ-58-23 (для цифровых форматов).

2. Для каналов, осуществляемых широкоформатное вещание Видеоматериалы принимаются только 16:9 FNA (Full Height Anamorphic) в стандарте разложения 625/50. Все сюжетно – важные детали изображения и вся графика (титры, надписи и т.д.) должны располагаться внутри зоны защиты изображения кадра 14:9. Область защиты изображения согласуется с Рекомендацией EBU R 95-2008 и продиктована необходимостью сохранения всего полезного поля видимой части изображения после всех преобразований при просмотре, как на телевизорах 4:3, так и на широкоэкранных мониторах.

3. Видеоматериал должен начинаться/заканчиваться «полезным» кадром (кадр, содержащий изображение или звуковое сопровождение).

4. Хронометраж Видеоматериала должен до кадра соответствовать заявленному хронометражу.

5. Запись звукового сопровождения Видеоматериала в аудио режиме «стерео» производится: на первую звуковую дорожку – левый канал стерео (А) звукового сопровождения, на вторую звуковую дорожку – правый канал стерео (В) звукового сопровождения.

6. Уровень громкости видеоматериала, в соответствии с Федеральным законом №38 «О рекламе» и рекомендациям Минкомсвязи (Приказ №171 «Об утверждении Рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов в телерадиовещании»), должен быть равен следующим значениям:

Уровень громкости (Programme Loudness) -23 LUFS  $\pm$ 0,5 LU

Максимально допустимый уровень истинных пиков

(Maximum Permitted True Peak level)

-9 dBTP

7. Предоставление Видеоматериала возможно посредством видеофайлов с техническими характеристиками согласно Таблице 1.

8. Видеофайлы могут быть доставлены следующими способами:

8.1. FTP сервер Заказчика

8.2. HTTP Файлообменники

8.3. CD/DVD носитель

9. Условия предоставления Видеофайлов согласно п.п. 8.1, 8.2:

9.1. Видеофайлы, требуемые для скачивания, необходимо выкладывать в единую папку без каких-либо лишних файлов.

9.2. Все Видеофайлы должны иметь ID ролика в **начале** названия файла. В названии файла должна использоваться только **латиница**. (Пример: «245365\_file\_name.avi»).

9.3. Видеофайлы должны выкладываться в чистом виде, т.е. не в архивах типа: RAR, ZIP, и т.п.

9.4. В «теле» письма с прилагаемой прямой ссылкой на местонахождение Видеофайла (папки с Видеофайлами), необходимо указывать список подвязываемых роликов с ID, названием, версией и хронометражем, без использования: вложений, принтскринов и иной не нужной информации.

10. В случае невыполнения пунктов требований и условий к Видеофайлам, Компания вправе отказать в приеме Видеоматериала .

11. Технические требования к Видеофайлам - Таблица 1

#### Таблица 1.

Технические требования к Видеофайлам для телеканалов со **стандартным разрешением SD и с соотношением сторон экрана (аспект) 16:9**

Видеостандарт	Microsoft DV	MPEG-2
---------------	--------------	--------

<b>Формат контейнера</b>	AVI	MPG
<b>MXF шаблон:</b>	-	-
<b>Идентификатор</b>	0	224
<b>Кодек</b>	DV	IBP MPEG-2
<b>Название кодека</b>	Microsoft DV (DVCPRO)	MPEG Video
<b>Версия формата</b>	-	Version 2
<b>Идентификатор кодека</b>	dvsd	MPEG2
<b>Профиль формата</b>	-	MP@ML
<b>Структура GOP</b>	-	M=3, N=12
<b>Битрейт</b>	25 Мбит/сек	15 - 25 Мбит/сек
<b>Тип битрейта</b>	Постоянный	Постоянный
<b>Ширина</b>	720 пикселей	720 пикселей
<b>Высота</b>	576 пикселей	576 пикселей
<b>Соотношение сторон</b>	16:9	16:9
<b>Формат Пикселя</b>	1.422:1 (CCIR PAL)	1.422:1 (CCIR PAL)
<b>Частота кадров</b>	25 кадров/сек	25 кадров/сек
<b>Стандарт вещания</b>	PAL	PAL
<b>Цветовое пространство</b>	YUV	YUV
<b>Цветовая субдискретизация</b>	4:2:0	4:2:0
<b>Разрядность (Bit depth)</b>	8 бит	8 бит
<b>Тип развертки</b>	Чересстрочная (Interlaced)	Чересстрочная (Interlaced)
<b>Порядок развертки</b>	Нижнее поле первое (Bottom/Lower Field)	Верхнее поле первое (Top/Upper Field)
<b>Идентификатор</b>	1	192
<b>Формат</b>	PCM	PCM
<b>Вид битрейта</b>	Постоянный	Постоянный
<b>Битрейт</b>	1536 Кбит/сек	320 Кбит/сек
<b>Режим аудио</b>	Стерео	Стерео
<b>Каналы (дорожки)</b>	2 канала (дорожки)	2 канала (дорожки)
<b>Частота дискретизации</b>	48,0КГц	48,0КГц
<b>Разрядность (Bit depth)</b>	16 бит	16 бит