

## **Правила размещения рекламно – информационных материалов и ответственность сторон**

Данные правила являются руководством для Пользователей Программного обеспечения (далее ПО), разработанного, запущенного и сопровождаемого на базе программного продукта ООО «Инсайт» ОГРН 1154217006855, ИНН 4217174063, в том числе на доменах 4mobile.me, hrumhrum.me, nadom.club, а также доменах, принадлежащих Пользователю и/или третьим лицам и привязанным к страницам выше перечисленных доменов, и иных доменах Сторонних сервисов/Партнёров, которыми в своей деятельности пользуется ООО «Инсайт», получивших доступ и имеющих возможность публиковать материалы различного характера на страницах ПО.

Правила вступают в силу с момента их опубликования в ПО и действуют до момента отзыва ООО «Инсайт» (далее Администрация ПО). Текущая версия Правил размещения рекламно-информационных материалов доступна в сети Интернет по адресу <https://4mobile.me/files/terms.pdf>.

### **Общие положения:**

Реклама некоторых товаров и услуг запрещается или ограничивается действующим законодательством РФ.

### **Запрещена реклама:\***

- ✓ товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
- ✓ наркотических веществ, психотропных вещества и их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, а также новых потенциально опасных психоактивных веществ;
- ✓ взрывчатых веществ и материалов, кроме пиротехнических изделий;
- ✓ товаров, подлежащих государственной регистрации, обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации, либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц;
- ✓ товаров на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;
- ✓ табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок;
- ✓ медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности;
- ✓ услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;
- ✓ о распространении (продаже) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена действующим законодательством РФ.

### **Запрещена реклама в сети Интернет:\***

- ✓ оружия;
- ✓ основанных на риске игр и пари, а также их организаторов;
- ✓ алкогольной продукции.

### **Разрешена реклама с соблюдением особых требований:\***

- ✓ лотерей и стимулирующих мероприятия;
- ✓ лекарств, медицинской техники;
- ✓ медицинские услуги;
- ✓ БАДов;
- ✓ детского питания;
- ✓ финансовых услуг;
- ✓ ценных бумаг;
- ✓ товаров при дистанционном способе их продажи.

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

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

Ст. 9 и ст. 27 ФЗ «О рекламе»

Проведение лотереи осуществляется оператором, который определяется федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством РФ на организацию лотереи, по результатам открытого конкурса, проводимого в порядке, установленном ФЗ «О лотереях» от 11.11.2003 № 138, за исключением случая, если оператор лотереи определяется решением Правительства РФ. Копии решения Правительства РФ и контракта должны быть предоставлены в службу размещения до момента начала размещения рекламы.

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

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

В рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны:

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

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

В случае предоставления Пользователем ПО рекламных материалов стимулирующих мероприятий в юридический или рекламный отдел Администрации ПО, правила (ссылка на правила) предоставляются вместе с рекламными материалами. Все документы предоставляются в заверенных копиях. Сроки проведения стимулирующего мероприятия должны указываться в формате дд.мм.гг.

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

Ст. 21 ФЗ «О рекламе»

Реклама алкогольной продукции ЗАПРЕЩЕНА.

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

Ст. 7 ФЗ «О Рекламе»

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

### **4. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.**

Ст. 24 ФЗ «О рекламе»

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

Реклама лекарственных средств не должна:

1. обращаться к несовершеннолетним;
2. содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
3. содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;
4. создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;
5. содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
6. способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;
7. создавать впечатление ненужности обращения к врачу;

8. гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;

9. представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;

10. содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением.

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

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

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

Требования пунктов 1 - 8 распространяются также на рекламу медицинской техники.

Требования пунктов 2 – 5, 7 распространяются также на рекламу методов народной медицины.

Реклама рецептурных препаратов – ЗАПРЕЩЕНА.

Реклама медицинских услуг:

Осуществление медицинской деятельности подлежит обязательному лицензированию (п. 46 ч. 1 ст. 12 Федерального Закона от 04.05.2011 № 99 «О лицензировании отдельных видов деятельности», Постановление Правительства РФ от 16.04.2012 № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»).

В случае предоставления Пользователем ПО рекламных материалов медицинских услуг в юридический или рекламный отдел Администрации ПО, копия лицензии предоставляется вместе с рекламными материалами (ст. 13 ФЗ «О рекламе»). Все документы предоставляются в заверенных копиях.

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности – ЗАПРЕЩЕНА.

До размещения рекламы лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации Пользователю ПО необходимо предоставить:

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

Реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой посредством сети Интернет, предупреждение должно составлять не менее чем 5 (пять) процентов рекламной площади (рекламного пространства). Предупреждение должно указываться на каждом кадре баннера/странице статьи.

В случае предоставления Пользователем ПО рекламных материалов медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, в юридический или рекламный отдел Администрации ПО перечисленные выше документы предоставляются вместе с рекламными материалами. Все документы предоставляются в заверенных копиях.

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

Ст. 25 ФЗ «О рекламе»

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

Выданные до 15.08.2003 г. свидетельства о государственной регистрации на биологически активные добавки к пище действительны до истечения срока их действия (п. 3 Постановления

Главного государственного санитарного врача РФ от 15.08.2003 № 146 «О санитарно-эпидемиологической экспертизе биологически активных добавок»).

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

Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна:

1. создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
2. содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
3. содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;
4. побуждать к отказу от здорового питания;
5. создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в сети Интернет предупреждение должно составлять не менее чем 10 (десять) процентов рекламной площади (рекламного пространства).

До размещения рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок Пользователю ПО необходимо предоставить:

- Сертификат соответствия;
- Свидетельство о регистрации.

В случае предоставления Пользователем ПО рекламных материалов биологически активных добавок и пищевых добавок, в юридический или рекламный отдел Администрации ПО перечисленные выше документы предоставляются вместе с рекламными материалами. Все документы предоставляются в заверенных копиях.

Детское питание подлежит обязательной сертификации согласно п. 2 Перечня пищевых продуктов, материалов и изделий, косметической продукции, средств и изделий для гигиены полости рта, подлежащих государственной регистрации (Приложение к Положению о государственной регистрации новых пищевых продуктов, материалов и изделий и ведении Государственного реестра пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и оборота, утвержденному Постановлением Правительства РФ от 21.12.2000 № 988). Не допускается реклама продуктов детского питания без свидетельства о государственной регистрации (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

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

## **6. Социальная реклама.**

Ст. 10 ФЗ «О рекламе»

Социальная реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах.

В социальной рекламе, распространяемой через Интернет, продолжительность упоминания о спонсорах должно составлять не более чем 5 (пять) процентов рекламной площади (пространства). Эти ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание

о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

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

Размещение рекламы информационной продукции, предназначенной для оборота на территории РФ (продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи), подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ допускается только при условии указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). Рекламодатель обязан соблюдать указанные требования и несет ответственность за правильное определение категории вышеуказанной продукции, в случае если такая продукция является объектом рекламирования, а также указание в такой рекламе соответствующей категории рекламной продукции.

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

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

#### **8. Реклама продукции военного назначения и оружия.**

Ст. 26 ФЗ «О рекламе»

Реклама продукции военного назначения и оружия - ЗАПРЕЩЕНА.

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

Ст. 27 ФЗ «О рекламе»

Реклама игр, пари основанных на риске - ЗАПРЕЩЕНА.

#### **10. Реклама финансовых услуг.**

Ст. 28 ФЗ «О рекламе»

В том числе:

Страховых услуг;  
Банковских услуг;  
Услуг по предоставлению потребительских кредитов (займов);  
Услуг на рынке ценных бумаг;  
Услуг по договору лизинга;  
Услуг, оказываемые финансовыми организациями и связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц;  
Услуг по управлению, включая доверительное управление, активами (в том числе ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих);  
Услуг по привлечению денежных средств в доленое строительство.

Обязательному лицензированию подлежат:

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

Услуги по страхованию (за исключением перестрахования и иных предусмотренных федеральными законами случаев) интересов юридических лиц, а также физических лиц -

резидентов Российской Федерации (Закон РФ от 27.11.1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации»).

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

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

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

Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна:

1. содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;

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

3. Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

4. Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами (в том числе ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих), должна содержать:

- источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;
- сведения о месте или об адресе (номер телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена в соответствии с федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

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

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

- информацию о результатах управления активами, в том числе об их изменении или о сравнении в прошлом и (или) в текущий момент, не основанную на расчетах доходности, определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков, а в случаях, установленных федеральным законом, - определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами Центрального банка Российской Федерации;

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

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

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

6. Не допускается реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья, за исключением рекламы, связанной с привлечением денежных средств на основании договора участия в долевом строительстве, рекламы жилищных и жилищно-строительных кооперативов, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений.

7. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости,

должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

8. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, не допускается до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, опубликования в средствах массовой информации и (или) размещения в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет") проектной декларации, государственной регистрации права собственности или права аренды на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства.

9. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, не допускается в период приостановления в соответствии с федеральным законом деятельности застройщика, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости.

10. Требования частей 7 - 9 настоящей статьи распространяются также на рекламу, связанную с уступкой прав требований по договору участия в долевом строительстве.

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

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

12. В рекламе, связанной с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, не допускается гарантировать сроки приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений.

### **11. Реклама ценных бумаг.**

Ст. 29 ФЗ «О рекламе»

Не допускается реклама ценных бумаг, предложение которых неограниченному кругу лиц не предусмотрено федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ.

Реклама ценных бумаг должна содержать сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам.

Реклама эмиссионных ценных бумаг должна содержать наименование эмитента и источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.

### **12. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением.**

Ст. 30 ФЗ «О рекламе»

Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, не должна содержать:

- выражение благодарности физическими лицами, заключившими такие договоры;
- утверждение о том, что заключение таких договоров имеет преимущества перед завещанием жилого помещения или иного имущества;
- осуждение членов семьи и близких родственников потенциального потребителя таких услуг, якобы не заботящихся о нем;
- упоминание о подарках для физических лиц, принявших решение о заключении договоров ренты с рекламодателем или другим лицом.

В случае если рекламодаделец является посредником при заключении договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, реклама услуг по заключению таких договоров должна содержать указание на то, что плательщиком ренты по таким договорам будет другое лицо.

### **13. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.**

Ст. 30.1. ФЗ «О рекламе»

Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации, не прошедших обучения по дополнительной профессиональной программе в области медиации и не имеющих подтверждающих такое обучение документов, выданных соответствующей некоммерческой организацией, осуществляющей подготовку медиаторов, не допускается.

Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации должна содержать сведения о документах, подтверждающих прохождение медиатором обучения по дополнительной профессиональной программе в области медиации, а реклама деятельности организации, осуществляющей деятельность по обеспечению проведения процедуры медиации, - источник информации об утвержденных этой организацией правилах проведения процедуры медиации, стандартах и правилах профессиональной деятельности медиаторов.

Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации не должна содержать утверждение о том, что применение процедуры медиации как способа урегулирования спора имеет преимущества перед разрешением спора в суде, арбитражном суде или третейском суде.

#### **14. Реклама в сфере арбитража (третейского разбирательства).**

Ст. 30.2. ФЗ «О рекламе»

Реклама деятельности лиц, не получивших в соответствии с законодательством РФ право на осуществление функций постоянно действующего арбитражного учреждения, по осуществлению арбитража, включая деятельность по осуществлению арбитража третейским судом, образованным сторонами для разрешения конкретного спора – ЗАПРЕЩЕНА.

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

Ст. 8 ФЗ «О рекламе»

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

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

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

#### **16. Политическая реклама.**

Политическая реклама - ЗАПРЕЩЕНА.

#### **17. Использование в рекламе слов на иностранном языке.**

В соответствии с ФЗ «О Рекламе» и «О государственном языке РФ» реклама должна быть на русском языке.

В рекламе могут быть использованы слова на иностранном языке при одновременном выполнении следующих условий:

- слово на иностранном языке не должно вводить потребителя в заблуждение относительно объекта рекламирования;
- слово должно быть переведено на русский язык (например: «sale» - распродажа). Перевод слова необходимо разместить на рекламном материале, поставив звездочки после иностранного слова и перед переводом.

Исключение, не требующее перевода:

- если иностранное слово является зарегистрированным товарным знаком или фирменным наименованием юридического лица, при условии предоставления соответствующих документов (копии свидетельства на товарный знак или Устава).

Исключение, не требующее перевода, но с обязательной транслитерацией.

- если перевести слово на русский язык нельзя (например, набор латинских букв - etrw).
- если перевод будет не соответствовать смыслу, значению или содержанию (например, "Comedy club").



## **18. Случаи, при которых Администрация ПО может запрашивать дополнительные документы.**

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

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

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

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

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

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

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

- при размещении фотографии (письмо-разрешение от правообладателя на использование фотографии; лицензионный договор на передачу прав использования фотографии (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо);
- при использовании изображения физического лица (письмо-разрешение физического лица на использование его изображения в рекламном материале). Согласие на использование изображения не требуется в случаях: - использование изображения осуществляется в государственных, общественных или иных публичных интересах; - изображение гражданина получено при съемке, которая проводится в местах, открытых для свободного посещения, или на публичных мероприятиях (собраниях, съездах, конференциях, концертах, представлениях, спортивных соревнованиях и подобных мероприятиях), за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования; - гражданин позировал за плату.

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

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

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

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

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

Юридические требования могут быть изменены. Актуальные требования размещены в сети Интернет на сайте: 4mobile.me.

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

#### **19. Ответственность Сторон.**

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

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

3. Пользователь ПО несет ответственность за добросовестность и достоверность рекламно-информационных материалов, в соответствии с ФЗ «О рекламе», в полном объеме.

4. Пользователь ПО несет ответственность за размещение рекламно-информационных материалов о физических и юридических лицах, деятельность которых является незаконной и запрещенной действующим законодательством РФ, в полном объеме.

5. Администрация ПО не несет ответственности за фактическое качество рекламируемых Пользователем ПО товаров (работ, услуг).

6. Пользователь ПО обязан незамедлительно в кратчайшие сроки уведомить Администрацию ПО о любых нарушениях действующего законодательства РФ, возникших в результате размещения рекламно-информационных материалов.

7. Настоящим Пользователь ПО заверяет и гарантирует то, что он будет возмещать в полном объеме любые убытки, ущерб и/или издержки Администрации ПО и его Партнёров, возникшие по вине Пользователя ПО, в том числе в связи с уплатой штрафов (взысканий, санкций и т.п.), при этом обязуясь возместить все расходы, связанные с защитой интересов Администрации ПО и его Партнёров, Заказчиков перед контролирующими (налоговыми, антимонопольными и др.) и судебными органами в связи с проведением проверки, возбуждением и (или) рассмотрением административного, гражданского, уголовного судебного дела по фактам нарушения действующего законодательства РФ.

8. Пользователь ПО подтверждает свое согласие на использование Администрацией ПО интеллектуальной собственности Пользователя ПО в пределах, необходимых для осуществления Администрацией ПО услуг по безвозмездному и возмездному размещению материалов о юридическом лице или индивидуальном предпринимателе, товарах и услугах, предоставленных для размещения или опубликованных самостоятельно посредством личного кабинета в ПО с целью информирования Пользователей ПО и продвижения в сети Интернет, а также необходимых для исполнения Администрацией ПО своих обязанностей перед Пользователем ПО по публичному договору – оферте на выполнение работ и/или оказание услуг и по Пользовательскому соглашению.

9. Во всем ином, что не предусмотрено текстом данных Правил, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ, а также условиями Пользовательского соглашения, размещенного по адресу <http://4mobile.me/docs/user-agreement.pdf>.

10. В случае изменения положений действующего законодательства РФ, Администрация ПО вправе применять новые требования к рекламе, в том числе приостановить или ограничить или отказать в размещении данной рекламы, письменно уведомив Пользователя ПО.

Опубликовано 15.02.2021 г.

\* Список неполный и может изменяться в соответствии с действующим законодательством РФ.