

# ЮРИДИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ



## 1.1. Требования к рекламе «зонтичных» брендов.

Реклама товаров, работ, услуг, а также реклама самих производителей/изготовителей или продавцов таких товаров, работ, услуг, реклама средств их индивидуализации (в том числе товарных знаков, логотипов, торговых марок и др.), которая представляет собой рекламу товара/работ/услуг, рекламирование которых 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.

## 1.2. Требования к рекламе лекарственных средств.

При рекламе лекарственных средств в 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 средства из аптек, если такая информация отсутствует в инструкции по применению;
- декларация о соответствии;
- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;
- лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных средств.

Реклама лекарственных средств, реализуемых дистанционным способом, не допускается.

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

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

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

## 1.3. Требования к размещению рекламы медицинской техники.

При рекламе медицинской техники в 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 (должна содержать информацию о возможности использования медицинской техники без специальной подготовки);
- декларация о соответствии (сертификат соответствия);
- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;

- лицензия на производство медицинской техники.

Реклама медицинской техники в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

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

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

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

При рекламе медицинских услуг и рекламируемых в рамках медицинских учреждений методов лечения в 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:

- лицензию на осуществление медицинской деятельности;

- разрешение на применение новых медицинских технологий (в случае присутствия в рекламном ролике информации о методе лечения).

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

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

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

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

В рекламе БАД должно содержаться упоминание о том, что рекламируемый товар не является лекарством или о том, что рекламируемый товар является биологически активной добавкой. Упоминание должно быть либо звуковым, либо текстовым. При этом длительность текстового упоминания должна быть не менее 3 секунд. Если упоминание будет сделано в форме предупредительной надписи, надпись должна быть хорошо читаема.

При рекламе БАД в 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:

- свидетельство о государственной регистрации;

- декларация о соответствии;

- упаковка и аннотация к БАД, которые используются при реализации БАД.

Если рекламируются свойства БАД, не содержащиеся в аннотации, то необходимо представить иные документы, подтверждающие достоверность информации (например, медицинские исследования).

Реклама БАД, реализуемых дистанционным способом, не допускается.

#### **1.6. Требования к рекламе лотерей и стимулирующих мероприятий.**

В рекламе, сообщающей о проведении лотереи, стимулирующего мероприятия (стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иной стимулирующей акции) в обязательном порядке указываются сроки проведения (с упоминанием года). При этом в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, при указании сроков их проведения необходимо указывать два срока – общий срок проведения мероприятия и срок подачи заявок на участие в мероприятии. В случае, если в соответствии с Правилами проведения мероприятия срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения мероприятия, то в рекламе необходимо дополнительно к общему сроку проведения мероприятия указывать, что «срок подачи заявок совпадает со сроком проведения мероприятия».

В рекламе стимулирующего мероприятия необходимо указывать информацию о количестве призов или выигрышей по результатам проведения такого мероприятия в соответствии с Правилами его проведения путем указания в рекламном материале конкретного количества призов либо информации, что количество призов ограничено.

Данное положение не распространяется на случаи, когда Правила проведения стимулирующего мероприятия не предусматривают ограничение количества призов.

**В рекламе стимулирующей лотереи необходимо указывать:**

- сроки проведения (общий срок проведения стимулирующей лотереи и срок подачи заявок на участие в стимулирующей лотерее с указанием года проведения лотереи). В случае, если в соответствии с Правилами проведения стимулирующей лотереи срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения стимулирующей лотереи, то в рекламе дополнительно к общему сроку проведения лотереи должно содержаться упоминание о том, что срок подачи заявок совпадает со сроком проведения стимулирующей лотереи;

- сроки розыгрыша призов (либо конкретную дату);

- 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.

**В рекламе лотереи необходимо указывать:**

- общий срок проведения;

- 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\_\_\_\_\_»;

- информацию о количестве призов.

**В рекламе конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в котором является приобретение определенного товара (стимулирующая акция) необходимо указывать:**

- сроки проведения (общий срок проведения стимулирующей акции и срок подачи заявок на участие в стимулирующей акции с указанием года ее проведения). В случае, если в соответствии с Правилами проведения стимулирующей акции срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения стимулирующей акции, то в рекламе дополнительно к общему сроку проведения акции должно содержаться упоминание о том, что срок подачи заявок совпадает со сроком проведения акции;

- 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.

Реклама стимулирующего мероприятия, не являющегося лотереей, конкурсом, игрой, стимулирующей акцией, т.е. реклама товара/услуги, когда любой (без исключения) приобретатель такого товара/услуги 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 стимулирующих мероприятий в подобной рекламе указывать не

обязательно. Кроме того, при рекламе указанного в настоящем абзаце стимулирующего мероприятия Компания обязана предоставить письмо, гарантирующее получение подарка каждым приобретателем рекламируемого товара/услуги без проведения среди всех приобретателей товара/услуги какого-либо конкурса, розыгрыша, игры, лотереи и т.д., а также о совпадении сроков реализации товара со сроком проведения акции.

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

**а) Для стимулирующей акции:**

- письмо от организатора мероприятия, что проводимая стимулирующая акция не является лотереей, в том числе стимулирующей лотереей;

- правила проведения стимулирующей акции, утвержденные организатором мероприятия;

- гарантийные письма (официальные, с оригинальной подписью и оттиском печати) с указанием сроков стимулирующей акции, количеством подарков, определением подарков, гарантией получения подарков при соответствующих условиях в случае, если указанная информация отсутствует в Правилах проведения стимулирующей акции.

**б) Для стимулирующей лотереи:**

- уведомление о проведении стимулирующей лотереи с отметкой уполномоченного органа исполнительной власти о принятии такого уведомления вместе с правилами проведения стимулирующей лотереи, утвержденные организатором лотереи, прилагаемыми к уведомлению. Дата принятия уведомления должна быть не менее чем за 20 дней до даты начала проведения лотереи;

- заверенная выписка из государственного реестра всероссийских лотерей о регистрации стимулирующей лотереи.

**в) Для лотереи:**

- разрешение на проведение лотереи, выданное уполномоченным органом исполнительной власти;

- правила проведения лотереи, утвержденные организатором лотереи.

**1.7. Требования к рекламе услуг по заключению договоров ренты.**

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

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

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

**1.8. Требования к рекламе услуг по предоставлению кредита.**

При рекламе услуг по предоставлению кредита в эфире 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:

- лицензия на осуществление соответствующего вида деятельности;

- условия кредитования, утвержденные лицом, предоставляющим кредит.

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 его стоимость для заемщика, в такой рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, к которым относятся:

- размер процентов за кредит;
- 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).

При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита, хотя бы одного условия, влияющего на сумму расходов заемщика, в такой рекламе должны быть указаны все иные условия, влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), а именно:

- оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, 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);
- оплата услуг страхования, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;
- иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

При этом, в случае указания в рекламе услуг по предоставлению кредита на расходы заемщика по оплате услуг страхования (нотариального заверения документов) допускается сообщение информации о необходимости страхования (заверения) по тарифам соответствующих организаций.

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

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

Реклама ритуальных услуг в эфире Телеканала не допускается.

#### **1.10. Требования к рекламе микрофинансовых организаций.**

При рекламе услуг микрофинансовых организаций в эфире Телеканалов Компания 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 внесении сведений в государственный реестр микрофинансовых организаций;
- гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов в адрес Компании информация о рекламируемой микрофинансовой организации не исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций;
- Правила предоставления микрозаймов, утвержденные уполномоченным органом микрофинансовой организации;
- типовая форма договора микрозайма.

Требования к информации, присутствующей в ролике: наименование лица, оказывающего услуги.

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

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

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

1.11.1. 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

1.11.2. 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, Компания обязана 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.

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

При рекламе ювелирных магазинов Компания обязана предоставлять свидетельство о постановке на специальный учет в инспекции пробирного надзора.

### **1.13. 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 Компанией предоставлено в соответствии с законодательством такого государства свидетельство о регистрации печатного СМИ), Компания обязана предоставлять разрешение на распространение продукции зарубежных периодических печатных изданий на территории Российской Федерации.

К рекламе печатных СМИ применяются также Требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.17 настоящего Приложения.

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

В случае рекламы туроператора Компания обязана предоставлять выписку из единого федерального реестра туроператоров.

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

При рекламе детского питания в 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:

- декларация о соответствии (сертификат соответствия);
- 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.

### **1.16. Требования к размещению рекламы товаров при дистанционном способе их продажи.**

Требования к документам:

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

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

Требования к обязательной надписи:

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

для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРНИП.

### **1.17. 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 эфире Телеканала рекламы информационной продукции Заказчик обязан предоставить сопроводительные документы на рекламируемую продукцию, полученные им от производителя или распространителя (владельца) данной информационной продукции и со сведениями содержащими сведения, полученными в о результате классификации соответствующей информационной продукции, или письмо от производителя или распространителя информационной продукции, подтверждающее заявленную в ролике возрастную категорию.

### **1.18. Требования к размещению рекламы кредитных кооперативов.**

При рекламе кредитных кооперативов в эфире Телеканалов Заказчик обязан 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 о кооперативе в Государственный реестр саморегулируемых организаций кредитных кооперативов;
- 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).

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 обязательно должна присутствовать следующая информация:

- наименование лица, оказывающего финансовую услугу, с указанием организационно-правовой формы;
- 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 \_\_\_\_\_»);
- указания всех условий, влияющих на размер доходов/расходов потребителя при пользовании рекламируемой услугой, в случае указания в ролике одного из таких условий.

#### **1.19. Требование к размещению рекламы кино- и видеофильмов.**

При предоставлении для размещения в эфире Телеканала рекламы художественных, документальных, научно-популярных, учебных, мультипликационных кино- и видеофильмов, предназначенных для демонстрации в киноvideотеатрах, для тиражирования в целях продажи, сдачи в прокат / аренду, для трансляции по телевидению (публичная демонстрация), Компания обязана предоставить (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные (нотариально, либо подписью и печатью Компании/рекламодателя) копии прокатных удостоверений на кино- и видеофильм.

К рекламе кино- и видеофильмов применяются также Требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.17. настоящего Приложения.

#### **1.20. Общие требования к рекламе.**

В случае указания в рекламе адреса места нахождения объекта рекламирования или места его приобретения в адресе необходимо обязательно указывать город, а в случае указания номеров телефонов обязательно указывать код города.

В рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла рекламы. В случае использования в рекламе иностранного языка, тексты на иностранном языке должны быть идентично представлены по содержанию и техническому оформлению и на русском языке. Указанные требования не распространяются на фирменные наименования на иностранном языке, полученные при регистрации юридического лица и на зарегистрированные Товарные знаки.

В случае использования в рекламе олимпийской и/или 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»), Компания обязана 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.

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.

### **1.21. Реклама SMS-услуг.**

1.21.1. Не допускается распространение в эфире Телеканала рекламы SMS-услуг, связанных с:

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

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

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

### **1.22. Реклама рингтонов и сервисов для мобильных телефонов.**

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

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

Реклама иных электронных средств массовой информации (телевизионных программ), а также реклама с участием 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 с Агентством.