

Запрещена реклама:

1. Алкогольной продукции.
2. Пива и напитков изготавливаемых на его основе.
3. Табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
4. Медицинские услуги по искусственному прерыванию беременности.
5. Лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий.
6. Продукции военного назначения и оружия.
7. Основанные на риске игры и пари, а также их организаторов.

Разрешена реклама с соблюдением особых требований

Предмет рекламы, № п/п	Что не должна содержать реклама	Что должна содержать реклама	Размер
1. Медицинская деятельность		Указание на профиль и вид деятельности медицинского учреждения <минздрав>	Не менее 10% от объема рекламной площади
2. Реклама лекарственных средств	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.	Надпись «Имеются противопоказания к применению. Необходимо ознакомиться с инструкцией по применению. <имеются>	Не менее 5% от объема рекламной площади.
3. Реклама медицинских изделий, для использования которых не требуется специальная подготовка	1) обращаться к несовершеннолетним; 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;	Надпись «Имеются противопоказания к применению. Необходимо ознакомиться с инструкцией по применению. <имеются>	Не менее 5% от объема рекламной площади.

	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;		
4. Реклама БАДов и пищевых добавок	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	Надпись «Биологически активная добавка (пищевая добавка) не является лекарственным средством» <имеются>	Не менее 10% от объема рекламной площади.
5. Реклама продуктов детского питания	1) представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока; 2) содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей	1. Сведения о возрастных ограничениях применения продуктов 2. 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 надпись «Необходима консультация специалиста». <имеются>	Не менее 10% от объема рекламной площади.
6. Реклама банковских, страховых или иных финансовых услуг	1) содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности	Должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эту услугу (для ЮЛ — наименование ООО «Ромашка», для ИП — Ф.И.О.) <биологически>	Без ограничений, главное читабельность

	(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.		
7. Реклама кредита, пользование им или погашение		Если реклама 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.	Без ограничений, главное читабельность
8. 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)	1) документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами; 2) 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; 3) информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями; 4) информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности; 5) заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных достигнутым результатам.	1) источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом; 2) 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.	Без ограничений, главное читабельность
9. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости	Данная реклама не возможна до выдачи разрешения на строительство объекта недвижимости, опубликования в СМИ или в сети Интернет проектной декларации, государственной регистрации права собственности или права аренды на земельный участок, на котором будет строиться объект недвижимости, в составе которого будут находиться объекты долевого строительства.	Сведения о месте и способах получения проектной декларации	Без ограничений, главное читабельность
10. Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений	Гарантировать сроки приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений.	1) информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков; 2) сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов; 3) адрес сайта в информационно-	Нет ограничений, главное читабельность

		телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в сети «Интернет»), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом.	
11. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи		Сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица (ООО «Ромашка», г.Н улица дом, офис, ОГРН 1010101010101) фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ИП Петров Петр Петрович, ОГРНИП 1010101010101010101).	Без ограничений, главное читабельность
12. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий (лотерея, конкурс, игра)		1) сроки проведения такого 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. При рекламе лотереи должно быть предъявлено разрешение на проведение лотереи.	Без ограничений, главное читабельность
13. Реклама ценных бумаг	1. Не допускается реклама ценных бумаг, предложение которых не предусмотрено федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. 2. Не допускается реклама имущественных прав, не удостоверенных ценными бумагами, под видом рекламы ценных бумаг. 3. Реклама ценных бумаг не должна содержать: 1) обещание выплаты дивидендов по акциям, а также дохода по иным ценным бумагам, за исключением дохода, обязанность выплаты которого предусмотрена решением о выпуске или дополнительном выпуске эмиссионных ценных бумаг, правилами доверительного управления паевыми инвестиционными фондами или правилами доверительного управления ипотечным покрытием либо зафиксирована в ценных бумагах; 2) прогнозы роста курсовой стоимости ценных бумаг. 4. Реклама эмиссионных ценных бумаг не допускается до осуществления регистрации их проспекта, за исключением случая, если в соответствии с федеральным законом для публичного размещения или публичного обращения эмиссионных ценных бумаг осуществление регистрации их проспекта не требуется.	4. Реклама эмиссионных ценных бумаг должна содержать: 1) наименование эмитента; 2) источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.	Без ограничений, главное читабельность