**Требования к рекламным материалам.**

1. ***Этапы оказания услуг при размещении рекламных материалов Исполнителем:***
2. Подача информации о Заказчике, рекламных материалах оператору рекламных данных перед размещением рекламы (сведения согласно [Распоряжению Правительства РФ от 30 мая 2022 г. № 1362-р](http://base.garant.ru/404773803/)).
3. Получение токена – уникального идентификатора рекламного объявления, присваиваемого оператором рекламных данных для каждого рекламного материала.
4. Добавление пометки «Реклама» к каждому рекламному материалу. В добавление к пометке должно быть указание на рекламодателя или сайт/страницу сайта, содержащие информацию о рекламодателе ([ч. 16 ст. 18.1 Закона о рекламе](http://base.garant.ru/12145525/b89f3082384f3d024adf2f3a41be9756/#block_18116)).
5. Подача информации о размещенной рекламе, включая детализацию по актам сдачи-приемки оказанных услуг.
6. ***Информация является рекламой, если подходит под следующие критерии (***[***ст. 3 Закона о рекламе***](http://base.garant.ru/12145525/5ac206a89ea76855804609cd950fcaf7/#block_3)***):***
* распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
* адресована неопределенному кругу лиц;
* направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
1. ***Нельзя рекламировать на информационных ресурсах, предоставленных Исполнителем и/или привлеченными им третьими лицами:***
* товары, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Например: контрафактные товары; услуги регистрации по месту жительства; дипломы;
* наркотические вещества, психотропные вещества и их прекурсоры;
* взрывчатые вещества и материалы, кроме пиротехнических изделий;
* товары и услуги, подлежащие сертификации / лицензированию, при отсутствии необходимых сертификатов / лицензий;
* распространение (продажу) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ;
* табачные изделия и курительные принадлежности;
* медицинские услуги по искусственному прерыванию беременности.
* оружие;
* основанные на риске игры и пари, а также их организаторов;
* алкогольную продукцию.
* лотереи и стимулирующие мероприятия;
* лекарства, медицинскую технику;
* медицинские услуги;
* БАДы;
* детское питание;
* финансовые услуги;
* ценные бумаги;
* товары при дистанционном способе их продажи.
* информационную продукцию, подлежащую 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».

***4. Требования к содержанию рекламных материалов:***

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, Исполнитель не принимает рекламу, которая:

1.1. использует бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;

1.2. является недобросовестной, недостоверной, вводит потребителя в заблуждение, в том числе:

* содержит недостоверные сведения о товаре/услуге,
* содержит недостоверные сведения о скидках/акциях/распродажах, об их сроках и правилах,
* содержит/имитирует стандартные элементы пользовательского графического интерфейса, не обладающие соответствующими функциональными возможностями непосредственно в рекламном материале,
* не дает четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламном сообщении;

1.3. побуждает к совершению противоправных действий и/или призывает к насилию и жестокости;

1.4. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте.

2. Исполнитель не принимает рекламу, связанную с трагическими событиями, если такие объявления направлены на привлечение внимания к соответствующим новостям/публикациям (в т.ч. к шокирующему контенту).

3. Текст рекламы должен быть составлен на русском языке.

3.1. Допускается использование в рекламе, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке.

3.2. В случае если сайт или иной ресурс (веб-страница, виртуальная визитка), на который ведет ссылка, включенная в рекламу («рекламная ссылка»), составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламы.

4. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях.

5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), на которую ведет рекламная ссылка. Например, если реклама содержит информацию о скидке, то рекламная ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана.

5.1. Реклама новостных ресурсов, содержащая информацию о новостной статье, опубликованной на сайте или ином ресурсе (веб-странице, виртуальной визитке) рекламодателя, должна вести на ту страницу сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), где данная статья опубликована. При этом текст рекламного объявления должен соответствовать по смыслу заголовку и содержанию новостной статьи. В случаях когда текст рекламы содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести пользователя в заблуждение, Исполнитель вправе потребовать полного соответствия заголовка статьи тексту рекламы.

5.2. Из текста рекламного объявления должно быть понятно, что оно рекламирует новостную статью или источник, на котором можно ознакомиться со статьей.

5.3. Если заголовки новостей (статей) используются в медийном баннере, то указание на источник должно размещаться на одном слайде с самим заголовком, при этом размер шрифта этого текста должен быть не меньше, чем размер шрифта самого заголовка.

6. Использование в рекламе превосходной степени имен прилагательных и/или сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами допускается, если указанная информация подтверждена соответствующими исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц.

7. В рекламных материалах недопустимо использование изображений низкого качества, в том числе:

7.1. Изображений с искажениями и помехами (артефактами) вследствие сжатия файла;

7.2. Изображений с низким разрешением, с низкой четкостью графики и с пикселями.