

Правила размещения рекламно – информационных материалов и ответственность сторон

Данные правила являются руководством для Пользователей портала nadom.club и мобильного приложения nadom.club, получивших доступ и имеющих возможность публиковать материалы различного характера на страницах портала nadom.club и в мобильном приложении nadom.club.

Правила вступают в силу с момента его опубликования на портале nadom.club и действуют до момента отзыва Администрацией портала nadom.club. Текущая версия Правил размещения рекламно-информационных материалов на сайте доступна в сети Интернет по адресу <https://nadow.club.ru/files/terms.pdf>.

Общие положения:

Реклама некоторых товаров и услуг запрещается или ограничивается действующим законодательством.

Запрещена реклама:*

- ✓ товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
- ✓ наркотических веществ, психотропных вещества и их прекурсоров;
- ✓ взрывчатых веществ и материалов, кроме пиротехнических изделий;
- ✓ товаров и услуг, подлежащих сертификации / лицензированию, при отсутствии необходимых сертификатов / лицензий;
- ✓ о распространении (продаже) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ;
- ✓ табачных изделий и курительных принадлежностей;
- ✓ медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности.

Запрещена реклама в интернете:*

- ✓ 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 лотереи на основании распоряжения Правительства РФ о проведении данной лотереи и соответствующего контракта на ее проведение с организатором лотереи (ФЗ «О лотереях» от 11.11.2003 № 138). Копии распоряжения 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 портала nadom.club вправе затребовать Правила проведения стимулирующих мероприятий (либо ссылку на правила).

В случае предоставления рекламных материалов стимулирующих мероприятий в юридический или рекламный отдел портала nadom.club Правила (ссылка на правила) предоставляются вместе с рекламными материалами.

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, п. 3, ч. 5, ст. 5 ФЗ «О рекламе»
Реклама алкогольной продукции ЗАПРЕЩЕНА.

3. Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей

Ст.7, п.8 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, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

Ст. 24 ФЗ «О рекламе»

Лекарственные препараты могут рекламироваться на территории Российской Федерации, 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.

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»).

Копия лицензии должна быть предоставлена в службу размещения до момента начала размещения рекламы (ст. 13 ФЗ «О рекламе»).

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности:

Должна сопровождаться предупреждением о возможности бесплодия и иных вредных последствий для здоровья женщины в результате искусственного прерывания беременности, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10 (десять) процентов рекламной площади (пространства).

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности не должна содержать утверждение о безопасности таких медицинских услуг. Предупреждение должно указываться на каждом кадре баннера/странице статьи, сайта.

До размещения рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения, от клиента необходимо затребовать:

- 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 средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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 рекламных материалов лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения в юридический отдел, перечисленные выше документы, предоставляются вместе с рекламными материалами.

Все документы предоставляются в 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.

До размещения рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, от клиента необходимо затребовать:

- Сертификат соответствия;
- Свидетельство о регистрации.

В случае, предоставления рекламных материалов биологически активных добавок и пищевых добавок, перечисленные выше документы, предоставляются вместе с рекламными материалами.

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 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.

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 Российской Федерации (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»

В соответствии со ст. 26 ФЗ «О рекламе» размещение в сети Интернет рекламных материалов продукции военного назначения и оружия - ЗАПРЕЩЕНО.

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

Ст. 27 ФЗ «О рекламе»

В соответствии со ст. 27, п. 2 ФЗ «О рекламе» размещение в сети Интернет рекламных материалов игр, пари основанных на риске - ЗАПРЕЩЕНО.

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 получат 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, пользованием 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 Российской Федерации.

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 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.

13. Политическая реклама

Политическая реклама запрещена.

14. 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").

15. Случаи, при которых Администрация портала nadom.club может запрашивать дополнительные документы.

1. Если в рекламном материале (далее – «РМ») используется товарный знак, который не принадлежит прямому рекламодателю, Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих право использовать данный товарный знак. Такими документами могут являться: письменное 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 портала 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 портала 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 портала 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 портала может запросить правила стимулирующего мероприятия.

6. При использовании в РМ фотографий/изображений физических лиц, Администрация портала 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 портала 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 портала может запросить копию разрешения на использование данной символики, выданного Международным олимпийским комитетом.

9. При указании в РМ на эксклюзивность, Администрация портала 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 портала 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 портала 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 смотрите на сайте nadam.club.

В случае, если Администрация портала nadam.club, сделав запрос на одни из выше приведенных документов, не получила эти документы, она вправе отказать в публикации соответствующего материала на портале nadam.club и его поддоменах и в мобильном приложении nadam.club.

16. Ответственность Сторон

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

2. Пользователь 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 в полном объеме.

3. Пользователь несет ответственность за добросовестность и достоверность рекламно-информационных материалов, в соответствии со статьей 5 ФЗ «О рекламе», в полном объеме.

4. Пользователь 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 портала nadom.club не несет ответственности за фактическое качество рекламируемых товаров (работ, услуг).

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

7. Настоящим Пользователь заверяет и гарантирует то, что он будет возмещать в полном объеме любые убытки, ущерб и/или издержки Администрации портала nadom.club, возникшие по вине Пользователя, в том числе в связи с уплатой штрафов (взысканий, санкций и т.п.), при этом обязуясь возместить все расходы, связанные с защитой интересов Администрации портала nadom.club 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 подтверждает свое согласие на использование Администрацией портала nadom.club интеллектуальной собственности Пользователя в пределах, необходимых для осуществления Администрацией портала nadom.club услуг по безвозмездному и возмездному размещению материалов об организации, ее товарах и услугах, предоставленных организацией или опубликованных самой организацией из личного кабинета на сайте nadom.club с целью информирования Пользователей и продвижения в сети Интернет, а также необходимых для исполнения Администрацией портала nadom.club своих обязанностей перед Пользователем по публичному договору – оферте на 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 <https://nadam.club/docs/user-agreement.pdf>

10. В случае изменения положений законодательства Российской Федерации, Администрация портала nadom.club вправе применять новые требования к рекламе, в том числе остановить или ограничить размещение данной рекламы не более, чем за 5 (пять) рабочих дней до вступления указанных изменений в силу.

Опубликовано 25.04.2019г.

* Список неполный и может изменяться.