

№	Типовое нарушение	Ссылка на закон	Требование закона
1.	Недостоверная реклама	Ч. 3 ст. 5 № 38-ФЗ	<p>Достоверная реклама - содержит <u>полную</u> и <u>правдивую</u> информацию, не умалчивает об иных свойствах или условиях приобретения товара/услуги. Потребитель – заведомо слабая сторона в отношениях.</p> <p>Сведения о товаре должны соответствовать действительности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) о преимуществах рекламируемого товара перед другими; 2) о любых характеристиках товара (о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара); 3) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока; 4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара; 5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара; 6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара; 7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара; 8) о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций; 9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград; 10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами; 11) о результатах исследований и испытаний; 12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара; 13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар; 14) об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара; 15) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара; 16) реклама должна содержать всю существенную информацию для потребителя и не должна вводить его в заблуждение 17) о иных сведениях, подлежащих раскрытию в обязательном порядке (см. ниже в зависимости от сферы и проч.)

2.	Недобросовестная реклама	Ч. 2 ст. 5 № 38-ФЗ	<p>В добросовестной рекламе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) отсутствуют некорректные сравнения с другими товарами или производителями, 2) не порочит честь, достоинство или деловую репутацию других лиц, 3) не является рекламой товаров, реклама которого запрещена данным способом, 4) не осуществляется под видом рекламы другого товара или изготовителя, 5) не является актом недобросовестной конкуренции
3.	Нельзя рекламировать ни при каких обстоятельствах	Ч. 4 Ст. 5 № 38-ФЗ	<p>Общее правило: если это нельзя купить на законных основаниях, это нельзя и рекламировать!</p> <p>Помимо этого, нельзя рекламировать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – табак и курительное принадлежности (в т.ч. зажигалки) – медицинские услуги по прерыванию беременности. <p><u>Нельзя рекламировать посредством SMS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – азартные игры и сопутствующие услуги (в т.ч. отели в игорных зонах); – алкоголь. – требующие рецепта лекарства, профессиональные медпринадлежности и методы лечения (кроме медуслуг)
4.	Реклама ни при каких обстоятельствах не должна	Ч. 4, 5 ст. 5 № 38-ФЗ	<p>Нельзя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) побуждать к совершению противоправных действий; 2) призывать к насилию и жестокости; 3) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц; 4) содержать информацию порнографического характера. 5) в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия; 6) указывать на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или местного самоуправления
5.	Отсутствие обязательной информации в рекламе банковских,	Ст. 28 № 38-ФЗ	<ol style="list-style-type: none"> 1) Должна содержать <u>наименование</u> лица, оказывающего услуги; 2) Если в рекламе сообщается хотя бы одно из финансовых условий (например, ставка), <u>то должны быть указаны полные</u>

	страховых и иных финансовых услуг		условия, влияющие на стоимость продукта (срок, сумма взноса, комиссии и проч.); 3) Не должна гарантировать получение дохода
6.	Отсутствие информации при рекламе объекта долевого строительства	Ч. 7 ст. 28	Необходимо указать <u>сведения о месте и способах получения проектной декларации.</u>
7.	Отсутствие информации при проведении стимулирующих мероприятий	Ст. 9 № 38-ФЗ	В рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), 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.
8.	Использование слов «самый», «лучший», «№ 1», «только»	Ст. 5 № 38-ФЗ, Ст. 14.3 № 135-ФЗ	Может использоваться только с указанием конкретного критерия сравнения и иметь объективное подтверждение (например, исследование)
9.	Использование иностранных слов	Ч. 11 ст. 5 № 38-ФЗ, ч. 2 ст. 3 № 53-ФЗ	Допускается использование наименований на иностранном языке, только если это бренды (зарегистрированные товарные знаки) или зарегистрированные в ЕГРЮЛ/уставе фирменные наименования, для остальных случаев необходим <u>перевод и/или транслитерация.</u>
10.	Отсутствие возрастной маркировки	Ч. 10.1 ст. 5 № 38-ФЗ	Реклама информационных материалов должна содержать возрастную маркировку таких материалов (журналы, концерты, мероприятия, интернет-ресурсы, книги, фильмы и проч.)
11.	Интернет-магазины и дистанционная торговля (доставка пиццы и проч.) при отсутствии сведений о продавце	Ст. 8 № 38-ФЗ	В рекламе должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: <u>наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица (ОГРН);</u> фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя
12.	Лекарства и медицинские услуги	Ст. 24 № 38-ФЗ	Реклама должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов (за исключением мест проведения медицинских выставок, семинаров и проч., предназначенных исключительно для медицинских сотрудников) Не допускается: 1) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных

			<p>для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях;</p> <p>2) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;</p> <p>3) способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования (кроме препаратов профилактики заболеваний);</p> <p>4) создавать впечатление ненужности обращения к врачу;</p> <p>5) гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;</p>
13.	Реклама БАДов	Ст. 25 № 38-ФЗ	Реклама в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
14.	Реклама, адресованная детям (до 18 лет)	Ст. 6 № 38-ФЗ	<p>Реклама не должна:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дискредитировать родителей, воспитателей, подрывать доверие к ним; – побуждать детей убедить родителей или других лиц купить товар/услугу; – создавать впечатление, что товар/услуга доступны потребителям с любым уровнем достатка; – создавать впечатление, что обладание товаром ставит детей предпочтительное положение перед сверстниками; – формировать комплекс неполноценности у детей, не обладающих рекламируемым товаром; <p>показывать детей в опасных ситуациях или побуждать к опасным действиям.</p>
15.	Указание на стоимость в иностранной валюте		Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости <u>дополнительно</u> могут быть указаны в иностранной валюте.