

- ***«рекламодатель»*** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

- ***«рекламопроизводитель»*** - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

- ***«рекламораспространитель»*** - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

- ***«потребители рекламы»*** - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;

*-* ***«социальная реклама»*** - информация, распространённая 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;

- ***«антимонопольный орган»*** - федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

**3. Требования к рекламе Учреждения**

**3.1** Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

**3.2** Недобросовестной признается реклама, которая:

**1)** содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

**2)** порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

**3)** представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

**4)** является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

**3.3** Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

**1)** о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

**2)** о любых характеристиках товара, в том числе 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)** о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;

**16)** о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;

**17)** об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;

**18)** о месте, в котором до заключения договора об оказании услуг заинтересованные лица могут ознакомиться с информацией, которая должна быть предоставлена таким лицам в соответствии с федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

**19)** о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

**20)** об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

**3.4** Реклама не должна:

- побуждать к совершению противоправных действий;

- призывать к насилию и жестокости;

- иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;

- формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;

- содержать информацию порнографического характера.

**3.5** В рекламе не допускаются:

**а)** использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;

**б)** указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;

**в)** демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;

**г)** использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

**д)** указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека.

**3.6** 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.

**3.7** Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

**3.8** В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели

должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.

**3.9** В рекламе товаров, в отношении которых в установленном порядке утверждены правила использования, хранения или транспортировки либо регламенты применения, не должны содержаться сведения, не соответствующие таким правилам или регламентам.

**3.10** Не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

**3.11** Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой

учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам дошкольного образования, в тетрадях.

**3.12** Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

**3.13** Не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

**3.14** При производстве, размещении и распространении рекламы соблюдаются требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (русский).

**4. Социальная реклама**

**4.1** Учреждение может выступать рекламодателем социальной рекламы.

**4.2** Учреждение осуществляет размещение заказов на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации.

**4.3** В социальной рекламе не допускается упоминание об конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 4.4. настоящего раздела.

**4.4** В социальной рекламе допускается упоминание об Учреждении в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности Учреждения, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

**5. Ответственность**

**5.1** Ответсвенность за рекламу Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг несет руководитель Учреждения.

**5.2** Размещение рекламы Учреждения и (или) оказываемых им платных образовательных услуг осуществляется только по разрешению руководителя Учреждения.

**5.3** По приказу руководителя Учреждения назначается уполномоченное лицо в сфере рекламы Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг (далее Уполномоченное лицо), которое:

- может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;

- готовит предложения для руководителя Учреждения по объектам рекламирования;

- обеспечивает взаимодействие с другими рекламопроизводителями и рекламораспространителями;

- обеспечивает соответствие рекламы дошкольного образовательного учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе;

- обеспечивает регулярное проведение анализа эффективности рекламы;

- готовит и вносит предложения руководителю Учреждения по повышению эффективности рекламы, а также по внедрению новых форм, способов, технологий рекламы для продвижения платных образовательных услуг, оказываемых Учреждением;

- выполняет поручения руководителя Учреждения, связанные с рекламой Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг.

**5.4** Руководитель Учреждения и Уполномоченное лицо несут ответственность за производство, размещение и распространение рекламы Учреждения и оказываемых им платных образовательных услуг, а так же за выполнение настоящего Положения в соответствии с действующим законодательством.

**6. Представление информации о рекламе в антимонопольный орган**

**6.1** Учреждение представляет в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а так же обеспечивает уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

**6.2** Ответственность за выполнение пункта 6.1. настоящего раздела несет руководитель Учреждения в соответствии с действующим законодательством.

**7. Заключительные положения**

**7.1** Изменения в настоящее Положение могут быть внесены приказом руководителя Учреждения путем утверждения Положения в новой редакции.

**7.2** В случае возникновения конфликта между нормами локального нормативного акта Учреждения, регулирующего указанные в Положении вопросы, и нормами настоящего Положения применяются нормы акта, принятого позднее.

**7.3** Настоящее Положение вступает в силу с момента утверждения и действует бессрочно.