****

**3. Требования к рекламе Учреждения**

1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.
2. Недобросовестной признается реклама, которая:

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

1. порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
2. 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;
3. является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

3.3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие деятель - ности 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;

1. о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
2. 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 федераль- ными законами;

1. 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;
2. о лице, обязавшемся по ценной бумаге;

20) об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

3.4. Реклама не должна:

1. побуждать к совершению противоправных действий;
2. призывать к насилию и жестокости;
3. иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
4. формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
5. содержать информацию порнографического характера.

3.5. В рекламе не допускаются:

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

1. указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
2. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;

4)использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключе- нием 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;

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

3.6.В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбитель ных 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.

1. 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.
2. 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. 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.

1. Не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам дошкольного образования, в тетрадях.
2. 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 требова- ния законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законно- дательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (русский).

**4. Социальная реклама**

1. Учреждение может выступать рекламодателем социальной рекламы.
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 индиви- дуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмот- ренных 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 Уполно- моченное лицо), которое:

* может самостоятельно выполнять отдельные функции рекламопроизводителя;
* готовит предложения для руководителя Учреждения по объектам рекламирования;

- обеспечивает взаимодействи с другими рекламопроизводителями и рекламораспро- странителями;

* 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 эффекти- вности 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**

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

С положением ознакомлены:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Дата | Ф.И.О. | Подпись |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

