

РЕДАКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА БИЛАЙН

I. ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Ответственность за содержание рекламных материалов и соответствие содержания рекламных материалов действующему законодательству Российской Федерации несет Абонент/Клиент.

билайн оказывает услуги по обеспечению размещения рекламных материалов в рамках Услуги при условии соблюдения Абонентом/Клиентом следующих требований:

Требования к содержанию рекламных материалов:

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, Абонент/Клиент не предлагает, а билайн не обеспечивает размещение рекламных материалов, которые:
 - 1.1. используют бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов; билайн вправе предложить изменение обращения в рекламных материалах на «Вь», если по мнению билайн рекламируемая сфера может требовать более формального обращения к пользователю;
 - 1.2. являются недобросовестной, недостоверной рекламой/информацией, вводят потребителей в заблуждение, в том числе:
 - содержат недостоверные сведения о товарах/услугах;
 - не дают четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламных материалах;
 - 1.3. побуждают к совершению противоправных действий и/или призывают к насилию и жестокости;
 - 1.4. представляют собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте (также возможны дополнительные ограничения по тематикам, которые согласуются сотрудниками билайн в соответствии с процедурой согласования рекламной кампании);
 - 1.5. являются политической рекламой;
 - 1.6. связаны с трагическими событиями, в частности, объявления, которые содержат в тексте или ключевых фразах слова «теракт», «убийство», «смерть», «гибель», «пожар», «взрыв» и т.п.;
 - 1.7. противоречат общепринятым моральным и этическим нормам;
 - 1.8. нарушают нормы русского языка;
 - 1.9. не содержат в себе контактные данные для связи с рекламодателем (за исключением рекламы товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети Интернет);
 - 1.10. содержат стоимость товара, услуги в иностранной валюте;
 - 1.11. упоминает бренд «билайн», «вымпелком» и другие принадлежащие билайну товарные знаки, в том числе в промокодах и ссылках;
 - 1.12. содержат слова прямо или косвенно указывающие о местоположении получателя рекламной информации (например, мы рядом с вами, ближе к вам, рядом с домом и пр.), а также указывают на владение чем-либо (например, автомобилем конкретной марки, домом в определенном районе и т.д.), семейное положение получателя информации (например, отведете своего ребенка на занятия в секции и т.д.);
 - 1.13. содержат указание на пол получателя рекламной информации;
 - 1.14. предполагают распространение рекламы на информационном ресурсе иностранного агента.
2. билайн не принимает и не распространяет также рекламные материалы следующего вида товаров и услуг, а также лиц, осуществляющих производство или распространение нижеуказанных товаров и услуг:
 - 2.1. продукции военного назначения и оружия;
 - 2.2. наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов и прекурсоров;
 - 2.3. алкогольной (за исключением положений пункта 3.5 настоящей Редакционной политики) и табачной продукции (табак, табачные изделия, курительные принадлежности, электронные средства табакокурения, кальяны, специализирующиеся на продаже алкогольной продукции магазины, а также бары и пивоварни);
 - 2.4. товаров и услуг ритуального характера, за исключением рекламы товаров и услуг ритуального характера в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
 - 2.5. основанных на риске игр (в том числе азартных игр), пари, лотерей (за исключением государственных лотерей), розыгрышей, конкурсов подразумевающих выплату призов, выигрышей или иных поощрений, за исключением рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.
билайн вправе принять к размещению рекламу розыгрышей и викторин, при условии предоставления рекламодателем подтверждающих документов об утвержденных условиях мероприятия (приказ о проводимом мероприятии и т.д.). Подробные условия о проводимом мероприятии должны быть также описаны на официальном сайте рекламодателя. Такие рекламные материалы должны содержать срок проведения мероприятия, а также дисклеймер: «Подробности о розыгрыше, правилах его проведения, призах и сроках проведения розыгрыша на сайте (18+) (ссылка)».
 - 2.6. оккультных услуг (в том числе услуг астрологов, гадалок, экстрасенсов, ясновидящих и т.п.);
 - 2.7. эротической или порнографической продукции, информации и сервисов;
 - 2.8. рецептурных лекарственных средств, профессиональных изделий медицинского назначения и методов лечения, профилактики, диагностики, реабилитации, для использования которых требуется специальная подготовка, а также медицинских услуг по ведению беременности и родов, прерыванию беременности, суррогатному материнству;
 - 2.9. биологически активных и пищевых добавок и лекарственных средств, действие которых направлено на лечение, профилактику и вспомогательную терапию эректильной дисфункции и иных расстройств мочеполовой системы организма, кожных и грибковых заболеваний и иных расстройств здоровья, субъективно воспринимаемых в обществе как стыдные, за исключением рекламы указанных товаров в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
 - 2.10. благотворительных фондов и иных некоммерческих организаций в части побуждения к совершению потребителями действий, направленных на оказание материальной помощи в том или ином виде;
 - 2.11. заведомо поддельных товаров, а также копий или реплик товаров либо иных товаров, которые незаконно используют товарные знаки и знаки обслуживания иных организаций;

- 2.12. закиси азота, азотосодержащих газов, а также любых иных газовых смесей и одурманивающих веществ, признанных законодательством РФ таковыми и (или) не подлежащих к свободной продаже на территории РФ;
 - 2.13. смесей – заменителей женского молока для детей, за исключением рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
 - 2.14. товаров и услуг, распространяемых посредством системы прямых продаж (MLM, multilevel marketing – многоуровневый, (или сетевой) маркетинг);
 - 2.15. услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;
 - 2.16. цифровых финансовых активов, цифровых валют – платежных токенов без центрального эмитента (в том числе различных видов криптовалют), а также инструментов их оборота;
 - 2.17. услуг, связанных с оказанием какой-либо помощи по признанию физического и/или юридического лица несостоятельным (банкротом);
 - 2.18. патронажных услуг, услуг сиделок, домов-интернатов, домов престарелых, хосписов;
 - 2.19. услуг и товаров, реклама которых направлена на привлечение внимания несовершеннолетних;
 - 2.20. услуг и товаров, реклама которых направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемых за рубежом, и товаров, купля-продажа которых осуществляется за рубежом;
 - 2.21. представляют собой рекламу блогеров, медийных личностей и интернет-изданий, не зарегистрированных в качестве СМИ;
 - 2.22. услуг и товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия;
 - 2.23. услуг и товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;
 - 2.24. услуг и товаров, на производство и/или реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;
 - 2.25. услуг, связанных с исправлением деловой репутации юридических и физических лиц искусственно, в т.ч. с помощью технических средств (использование ботов для накрутки комментариев, удаление негативных отзывов, написание отзывов за оплату и т.д.);
 - 2.26. обучающие программы/курсы, которые не предоставляют по процессу обучения конкретные прикладные навыки, в т.ч. курсы, продающие «успех», «личностный рост», «исполнение желаний», а также содержащие гарантии по увеличению дохода после прохождения данной программы/курса;
 - 2.27. информационных ресурсов иностранных агентов.
3. Рекламные материалы должны соответствовать действующему законодательству РФ и быть составлены на русском языке.
- 3.1. Допускается использование в рекламных материалах, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке, государственном или национальном языке субъекта РФ, при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию, равнозначным по размещению и техническому оформлению текста на русском языке (иметь одинаковые параметры – цвет, тип и размер шрифта). Слова и/или текст на языке, не являющимся русским, должны следовать за словом и/или текстом на русском языке и быть переведены (за исключением товарных знаков).
 - 3.2. В случае если сайт, на который ведет ссылка, включенная в текст рекламного материала, составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламного материала.
 - 3.3. Рекламные материалы лекарственных средств (кроме рецептурных), медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов профилактики и восстановления, в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.
 - 3.4. Рекламные материалы биологически активных и/или пищевых добавок в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
 - 3.5. Рекламные материалы алкогольной продукции в исключительных случаях могут размещаться только внутри стационарных торговых объектов, в которых на основании соответствующей лицензии/разрешения осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. Указанные в настоящем пункте рекламные материалы в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.
 - 3.6. Информационные материалы, содержащие сведения о поиске и привлечении сотрудников в обязательном порядке должны содержать ссылки на описание соответствующей вакансии, фирменное наименование юридического лица, ИНН и указание, что рекламодатель не гарантирует наличие подходящих вакансий.
 - 3.7. Рекламные материалы дистанционного способа продажи товаров и услуг, в обязательном порядке должны содержать фирменное наименование, место нахождения организации, фамилию, имя, отчество физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также указание на ИНН и ОГРН/ОГРНИП организации / индивидуального предпринимателя.
 - 3.8. Рекламные материалы, содержащие заверение рекламодателя об эффективности его деятельности в обязательном порядке должны содержать сведения относительно данной эффективности и документальные подтверждения, указанные на официальном сайте рекламодателя.
 - 3.9. Рекламные материалы содержащие условия о предоставлении скидок, проведения акций или иных специальных предложений, в обязательном порядке должны быть описаны на официальном сайте рекламодателя. В случае наличия в тексте рекламных материалов промо-кодов или иных специальных кодов для получения скидок, такие рекламные материалы должны содержать срок действия указанных кодов и скидок в формате ДД.ММ.ГГ. Указанные коды должны быть взяты в кавычки.
 - 3.10. Реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны.».
 - 3.11. Реклама товаров и/или услуг, связанных с предоставлением потребительского кредита (займа), а также реклама товаров и/или услуг, связанных с предоставлением кредита (займа) физическим лицам в целях, не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности, и обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой, должны

соответствовать требованиям законодательства РФ, в том числе требованиям, предусмотренным статьей 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

- 3.12. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, а также финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество).
- 3.13. 3.14.1. Реклама товара и/или услуг, продажа которых осуществляется с привлечением заёмных (кредитных средств), должна содержать наименование или имя лица, оказывающего услуги кредитования для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество). Реклама основанных на риске игр, пари, государственных лотерей должна содержать:
 - а) указание на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари, государственных лотерей;
 - б) источник информации об организаторе, основанных на риске игр, пари, государственных лотерей, о правилах их проведения, призовом фонде, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей;
 - в) маркировку «18+».
- 3.14. Рекламные материалы, предназначенные для распространения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в обязательном порядке должны содержать отметку «Реклама». Отметка «Реклама» может быть размещена в любой части рекламного материала по выбору Абонента/Клиента. При этом, шрифт отметки «Реклама» должен быть четким и явно различимым. Отметка «Реклама» в рекламном материале в формате видео должна размещаться на протяжении времени, достаточного для прочтения (минимальное время размещения отметки «Реклама» в рекламном материале в формате видео – 3 секунды).
- 3.15. Рекламные материалы, предназначенные для распространения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в обязательном порядке должны содержать ссылку на сайт рекламодателя, владельцем которого он является, где размещена информация о рекламодателе и его деятельности. Сайт должен соответствовать требованиям, установленным законодательством об информации. В частности, на сайте должна быть информация о его владельце: наименование, место нахождения, адрес и адрес электронной почты рекламодателя.
- 3.16. Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать утверждение о преимуществах грудного вскармливания детей, сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.
4. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.
5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта рекламодателя, на которую ведет ссылка/QR-код, если таковые имеются. Например, если рекламный материал содержит информацию о скидке, то ссылка/QR-код должны вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана. Также запрещается использование в рекламных материалах ссылок/QR-кодов, ведущих на страницы мессенджеров, а также на группы и чат-боты в них.
 - 5.1. Реклама новостных ресурсов, содержащая информацию о новостной статье, опубликованной на сайте рекламодателя, должна вести на ту страницу сайта по ссылке/QR-коду, где данная статья опубликована. При этом текст рекламного объявления должен соответствовать по смыслу заголовку и содержанию новостной статьи. В случаях, когда рекламный материал содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести Пользователя в заблуждение, билайн вправе потребовать полного соответствия заголовка статьи тексту рекламного материала.
 - 5.2. Из рекламного материала должно быть понятно, что он рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с новостной статьей.
6. Если в рекламных материалах используются превосходные степени имен прилагательных и/или содержатся сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, то ссылка должна вести на страницу сайта рекламодателя, где эта информация подтверждена соответствующими независимыми исследованиями (закключениями и т.п.) третьих лиц.
7. билайн не осуществляет распространение информации, которая не является рекламой в соответствии с действующим законодательством о рекламе (ФЗ № 38-ФЗ «О рекламе»), если иное не установлено настоящей Редакционной политикой.
8. Реклама информационной продукции¹, в том числе реклама мобильных приложений, должна соответствовать требованиям Федерального закона от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и, в случае необходимости, маркироваться знаками информационной продукции (0+, 6+, 12+, 16+, 18+).
9. Если в рекламных материалах используются товарные знаки, то на такое использование должно быть соответствующее письменное разрешение от правообладателя.

Требования к сайту рекламодателя, на который ведет ссылка рекламного материала:

10. На странице сайта рекламодателя, ссылка/QR-код которой включены в Рекламные материалы, не должны открываться дополнительные окна (PopUp или PopUnder), целью которых является сбор контактной информации пользователей и/или реклама третьих лиц.
11. Страница сайта по ссылке/QR-коду должна корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ.
12. Не допускается реклама, ведущая на сайт по ссылке/QR-коду, основной целью которого является показ рекламы. К таковым, например, относятся сайты, содержащие страницы, где более половины площади первого экрана занимают рекламные блоки.
13. Запрещена реклама ресурсов по ссылке/QR-коду, основной деятельностью которых является заполнение анкет и тестов для получения денег или контактных данных Пользователей.
14. Если страница сайта, на которую ведет ссылка/QR-код, при размещении или в ходе рекламной кампании не отвечает или открывается некорректно, размещение рекламных материалов будет приостановлено до исправления ошибки.
15. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, ведущих на сайт информационных ресурсов иностранных агентов.
16. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, ведущих на страницы в социальных сетях, несоответствующие требованиям Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

¹ Информационная продукция – предназначенные 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.

17. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, по которым осуществляется редирект (автоматическая переадресация посетителя с одного URL-адреса на другой) на ресурс и/или страницу сайта, не соответствующие предмету рекламы.

Иные требования:

18. билайн вправе отказать в обеспечении распространения рекламы товаров и услуг третьих лиц, конкурирующих с товарами и услугами билайн.
19. При оформлении заявки на запуск рекламной кампании не допускается выбор параметров таргетинга, противоречащих настоящей Редакционной политике.
20. билайн вправе предложить размещение в нетарифицируемом поле рекламных материалов информацию о фирменном наименовании, место нахождения организации, фамилии, имени, отчестве физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также указание на ИНН и ОГРН/ОГРНИП организации / индивидуального предпринимателя.
21. Также возможны дополнительные ограничения по тематикам, которые согласуются сотрудниками билайн в соответствии с процедурой согласования рекламных кампаний.

II. ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ ОПРОСОВ

Ответственность за содержание Сценария, Анкет, Рекламных материалов, включенных в Анкету, и соответствие цели Опроса действующему законодательству Российской Федерации несет Клиент. билайн оказывает Услуги по проведению Опросов в рамках продукта «Мобильные опросы» при условии соблюдения Клиентом требований, указанных ниже.

1. Требования к цели и содержанию Опроса:
 - 1.1. Назначение Опроса и содержание Анкет должны соответствовать цели сбора и обработки ответов Респондентов – маркетинговому исследованию, которое предполагает, прежде всего, исследование рынка, оценку удовлетворенности потребителей товарами/услугами Клиента, количественные и качественные параметры потребления товаров/работ/услуг третьих лиц, эффективность рекламных кампаний Клиента и т. д.
 - 1.2. Вопросы Респондентам не должны прямо или косвенно относиться к специальным категориям персональных данных: расовой, национальной принадлежности, политическим взглядам, религиозным или философским убеждениям, состоянию здоровья, интимной жизни. А также затрагивать иные чувствительные темы, включая, но не ограничиваясь, различные виды дискриминации (эйджизм, эйблизм, сексизм, расизм, нацизм, колоризм, сегрегация, дискриминация по внешнему виду и т.д.), мизогинию, мизандрию, вопросы гендерного определения и пр.
 - 1.3. Анкета не должна содержать информацию или материалы, пропагандирующие нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола.
2. Клиент не предлагает, а билайн не принимает Анкеты/не включает в Анкеты Рекламные материалы, которые:
 - 2.1. используют бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;
 - 2.2. являются недобросовестной, недостоверной рекламой/информацией, вводят Респондентов в заблуждение, в том числе:
 - содержат недостоверные сведения о товарах/услугах;
 - не дают четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в Рекламных материалах;
 - 2.3. побуждают к совершению противоправных действий и/или призывают к насилию и жестокости;
 - 2.4. представляют собой рекламу товара, реклама которого запрещена в данное время или в данном месте (также возможны дополнительные ограничения по тематикам, которые согласуются сотрудниками билайн);
 - 2.5. содержат вопросы на тему внешней и внутренней политики, удовлетворенности государственными и муниципальными органами, службами и т. д./являются политической рекламой;
 - 2.6. связаны с трагическими событиями, в частности, Анкеты и Рекламные материалы, которые содержат в тексте или ключевых фразах слова «теракт», «убийство», «смерть», «гибель», «пожар», «взрыв» и т.п.;
 - 2.7. противоречат общепринятым моральным и этическим нормам;
 - 2.8. нарушают нормы русского языка;
 - 2.9. содержат стоимость товара, услуги в иностранной валюте;
 - 2.10. содержат упоминание бренда «билайн», «вымпелком» и других принадлежащих билайну товарных знаков, в том числе в промокодах и ссылках.
3. билайн не принимает Сценарии/Анкеты/Рекламные материалы для включения в Анкету и не проводит Опросы, прямо или косвенно относящиеся к следующим видам товаров и услуг, а также лицам, осуществляющим производство или распространение нижеуказанных товаров и услуг:
 - 3.1. продукции военного назначения и оружия;
 - 3.2. наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов и прекурсоров;
 - 3.3. алкогольной и табачной продукции (табак, табачные изделия, курительные принадлежности, электронные средства табакокурения, кальяны, специализирующиеся на продаже алкогольной продукции магазины, а также бары и пивоварни);
 - 3.4. товаров и услуг ритуального характера;
 - 3.5. основанных на риске игр (в том числе азартных игр), пари, лотерей, розыгрышей, конкурсов подразумевающих выплату призов, выигрышей или иных поощрений;
 - 3.6. оккультных услуг (в том числе услуг астрологов, гадалок, экстрасенсов, ясновидящих и т.п.);
 - 3.7. эротической или порнографической продукции, информации и сервисов;
 - 3.8. рецептурных лекарственных средств, профессиональных изделий медицинского назначения и методов лечения, профилактики, диагностики, реабилитации, для использования которых требуется специальная подготовка, а также медицинских услуг по ведению беременности и родов, прерыванию беременности;
 - 3.9. биологически активных и пищевых добавок и лекарственных средств, действие которых направлено на лечение, профилактику и вспомогательную терапию эректильной дисфункции и иных расстройств мочеполовой системы организма, кожных и грибковых заболеваний и иных расстройств здоровья, субъективно воспринимаемых в обществе как стыдные;
 - 3.10. благотворительных фондов и иных некоммерческих организаций в части побуждения к совершению потребителями действий, направленных на оказание материальной помощи в том или ином виде;
 - 3.11. заведомо поддельных товаров, а также копий или реплик товаров либо иных товаров, которые незаконно используют товарные знаки и знаки обслуживания иных организаций;
 - 3.12. закиси азота, азотосодержащих газов, а также любых иных газовых смесей и одурманивающих веществ, признанных таковыми законодательством РФ и (или) не подлежащих к свободной продаже на территории РФ;
 - 3.13. смесей – заменителей женского молока для детей;
 - 3.14. товаров и услуг, распространяемых посредством системы прямых продаж (MLM, multilevel marketing – многоуровневый, (или сетевой) маркетинг);
 - 3.15. услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;
 - 3.16. цифровых валют – платежных токенов без центрального эмитента (в том числе различных видов криптовалют), а также инструментов их оборота;

- 3.17. услуг, связанных с оказанием какой-либо помощи по признанию физического и/или юридического лица несостоятельным (банкротом);
 - 3.18. патронажных услуг, услуг сиделок, домов-интернатов, домов престарелых, хосписов;
 - 3.19. услуг и товаров, реклама которых направлена на привлечение внимания несовершеннолетних;
 - 3.20. услуг и товаров, реклама которых направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемых за рубежом, и товаров, купля-продажа которых осуществляется за рубежом;
 - 3.21. представляют собой рекламу блогеров, медийных личностей и интернет-изданий, не зарегистрированных в качестве СМИ;
 - 3.22. обучающие программы/курсы, которые не предоставляют по процессу обучения конкретные прикладные навыки, в т.ч. курсы, продающие «успех», «личностный рост», «исполнение желаний», а также содержащие гарантии по увеличению дохода после прохождения данной программы/курса;
 - 3.23. услуг и товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия;
 - 3.24. услуг и товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;
 - 3.25. услуг и товаров, на производство и/или реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;
 - 3.26. услуг, связанных с исправлением деловой репутации юридических и физических лиц искусственно, в т.ч. с помощью технических средств (использование ботов для накрутки комментариев, удаление негативных отзывов, написание отзывов за оплату и т.д.);
 - 3.27. информационных ресурсов иностранных агентов.
4. Текст Сценария/Анкеты/Рекламного материала, включенного в Анкету должен быть составлен на русском языке. Допускается использование, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке, государственном или национальном языке субъекта РФ, при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке. Слова и/или текст на языке, не являющимся русским, должны следовать за словом и/или текстом на русском языке и быть переведены или транслитерированы (за исключением товарных знаков).
5. Рекламные материалы, включенные в Анкету, при проведении Опроса должны отвечать следующим требованиям:
- 5.1. Рекламные материалы лекарственных средств (кроме рецептурных), медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов профилактики и восстановления, в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.
 - 5.2. Рекламные материалы биологически активных и/или пищевых добавок в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
 - 5.3. Информационные материалы, содержащие сведения о поиске и привлечении сотрудников в обязательном порядке должны содержать ссылки на описание соответствующей вакансии, фирменное наименование юридического лица, ИНН и указание, что компания не гарантирует наличие подходящих вакансий.
 - 5.4. Рекламные материалы дистанционного способа продажи товаров и услуг, в обязательном порядке должны содержать фирменное наименование, место нахождения организации, фамилию, имя, отчество физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также указание на ИНН и ОГРН/ОГРНИП организации / индивидуального предпринимателя.
 - 5.5. Рекламные материалы, содержащие заверение рекламодателя об эффективности его деятельности в обязательном порядке должны содержать сведения относительно данной эффективности и документальные подтверждения, указанные на официальном сайте рекламодателя.
 - 5.6. Рекламные материалы содержащие условия о предоставлении скидок, проведения акций или иных специальных предложений, в обязательном порядке должны быть описаны на официальном сайте рекламодателя. В случае наличия в тексте рекламных материалов промо-кодов или иных специальных кодов для получения скидок, такие рекламные материалы должны содержать срок действия указанных кодов и скидок.
 - 5.7. Реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны.»
 - 5.8. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество).
6. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.
7. Если в Анкете/Рекламных материалах используются товарные знаки/товарные знаки демонстрируются при проведении Опроса по Сценарию, то на такое использование должно быть соответствующее письменное разрешение от правообладателя.
8. **Требования к ссылкам/QR-кодам, ведущим на сайт Клиента и к сайту Клиента:**
- 8.1. Вопрос Анкеты и тематика Опроса/Рекламный материал, включенный в Анкету, должны соответствовать содержанию той страницы сайта Клиента, на которую ведет ссылка/QR-код, если таковые имеются. Например, если Опрос проводится с целью тестирования интерфейса сайта Клиента, то ссылка/QR-код должны вести на ту страницу сайта Клиента, интерфейс которой он хотел бы изменить. Запрещается указание ссылок, ведущих на страницы мессенджеров, а также на группы и каналы в них.
 - 8.2. На странице сайта Клиента не должны открываться дополнительные окна (PopUp или PopUnder).
 - 8.3. Страница сайта должна корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ.
 - 8.4. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, ведущих на сайт, основной целью которого является показ рекламы. К таковым, например, относятся сайты, содержащие страницы, где более половины площади первого экрана занимают рекламные блоки.

- 8.5. Запрещено включение ссылок/QR-кодов на ресурсы, основной деятельностью которых является заполнение анкет и тестов для получения денег или контактных данных Пользователей.
 - 8.6. Если страница сайта, на которую ведет ссылка/QR-код, включенные в Анкету, не отвечает или открывается некорректно, проведение Опроса будет приостановлено до исправления ошибки.
 - 8.7. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, ведущих на сайт информационных ресурсов иностранных агентов.
 - 8.8. Не допускается включение ссылок/QR-кодов, ведущих на страницы в социальных сетях, несоответствующие требованиям Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
9. Если в Анкете содержатся рекламные материалы или материалы, которые могут быть отнесены к таковым, решением государственных органов, они должны соответствовать требованиям действующего законодательства. Ответственность за содержание рекламных материалов, в таком случае несет Клиент.
10. В рамках оказания Услуги билайн вправе отказать в размещении любой Анкеты/проведении Опроса по любому Сценарию Клиенту, по собственному усмотрению.