Заключение по рекламным формулировкам

ООО «Ромашка», розница мебели. Проверено 24 формулировок из 12 объявлений Яндекс Директа, поста в Telegram и лендинга. Норма — ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», редакция от 04.08.2026, статья 5 части 1–5 и статья 18.1.

Три вывода

> Снять надо 11 формулировок: утверждение в них нельзя подтвердить ничем, кроме самого текста. Ещё 9 переписываются — им не хватает условия рядом. 4 формулировок проходят, и их не надо трогать.

Чаще всего нарушается пункт 4 части 3 статьи 5 — цена, скидка, порядок оплаты. Это не случайность: именно эти цифры пишут первыми и подтверждают последними.

Шесть формулировок под снятие

№	Было	Норма	Вердикт	Как переписать
1	Лучшая мебель в городе	ст. 5 ч. 2 п. 1 + ч. 3 п. 1	нельзя	Мебель под размер вашей комнаты — 12 лет на этом рынке
2	Самые низкие цены	ст. 5 ч. 2 п. 1	нельзя	Цена в договоре фиксируется на 30 дней
3	Гарантия 10 лет на всё	ст. 5 ч. 3 п. 6	нельзя	Гарантия 5 лет на каркас, 1 год на механизм — по договору
4	Хит продаж: купили 12 000 человек	ст. 5 ч. 3 п. 13 и п. 14	нельзя	Самая заказываемая модель сезона — по нашей статистике продаж
5	Единственный официальный поставщик	ст. 5 ч. 3 п. 7	нельзя	Авторизованный партнёр фабрики — договор от 12.01.2026
6	Одобрено администрацией города	ст. 5 ч. 5 п. 2	нельзя	Участвуем в городской программе благоустройства

Развилка и её цена

У владельца два пути. Первый — оставить как есть и ждать: риск в том, что недостоверная реклама — предмет государственного контроля, и разбирательство начинается не с продаж, а с жалобы. Второй — переписать сейчас: теряется часть громкости («самые низкие цены» → «цена в договоре на 30 дней»), но остаётся утверждение, которое можно подтвердить.

Цена первого пути не в штрафе, а в том, что подтверждать придётся задним числом: скидку, гарантию и объём продаж — документами, которых на момент публикации не было.

Чего этот разбор не делает

Он не решает, что писать вместо — это выбор владельца и его аргумент. Он не проверяет лекарства, БАДы, алкоголь, финансовые услуги и рекламу для детей: там свои статьи, и ст. 5 недостаточно. Он не заменяет заключение юриста, но даёт список, с которым к юристу идут по пунктам, а не «посмотрите, пожалуйста, всё».

ДАННЫЕ КЕЙСА СКОНСТРУИРОВАНЫ · МЕТОД: ФЗ-38 «О рекламе» ред. от 04.08.2026, ст. 5 ч. 1–5, ст. 18.1; текст нормы сверен по публикации КонсультантПлюс 02.11.2026. Тексты объявлений и название организации

придуманы. Файл: proverka-reklamy-reestr-2026-11.xlsx, листы «Реестр», «Норма», «Первые шесть». Собрано 02.11.2026.