



Новые правила размещения рекламы в Интернете

С 01 сентября 2022 года вступает в силу новая ст. 18.1 Закона о рекламе, устанавливающая обязательный порядок предоставления информации об Интернет-рекламе в Роскомнадзор и наделяющая его полномочиями по учету, хранению и обработке данной информации через единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР)

Какие лица подпадают под новое регулирование?

Российские и иностранные юридические и физические лица, ИП, которые являются **рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем - ОРС** (далее - Участники), за исключением:

1. Операторов социальной рекламы при ее размещении;
2. Рекламодателей, которые обладают исключительными правами на объекты рекламирования и (или) являются изготовителями / продавцами рекламируемых товаров, если по договору обязанности представления сведений о рекламе приняли на себя рекламораспространитель или ОРС.

О какой рекламе идет речь?

О любой рекламе в Интернете, направленной на привлечение внимания российских потребителей (в форме баннеров, текстового или текстово-графического блока, видеороликов, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире и пр.).



На что не распространяется новый порядок?

1. На Интернет-рекламу собственных товаров участников, рассылаемую своим клиентам (группам пользователей) по email или в виде push-уведомлений, других электронных сообщений.
2. На Интернет-рекламу в составе теле- и радиопередач, если она отображается без изменений по сравнению с первоисточником (эфирным, спутниковым, кабельным вещанием).

Помимо этого, новые правила не должны коснуться той информации, которая в целом не может рассматриваться в качестве рекламы в Интернете. С учетом практики ФАС РФ и российских судов, к такой информации возможно отнести:

- информацию в каталогах, содержащую одинаковый набор сведений о товарах / услугах и сгруппированную по определенным рубрикам;
- выдачу поисковой системой перечня гиперссылок на различные источники информации;
- однотипные сведения о предлагаемых товарах (услугах), наполняющие различные рубрики, размещаемые на сайтах объявлений / маркетплейсах;
- информирование посетителей сайта продавца (производителя) об ассортименте его товаров (услуг), правилах пользования, ценах и скидках (акциях);
- интернет-объявления физических лиц, связанные с продажей собственных вещей на сайтах объявлений.

Однако отсутствие признаков рекламы устанавливается в каждом конкретном деле индивидуально, поэтому рекомендуем прежде всего опираться на нормативные документы государственных органов.

Какая информация будет собираться и храниться в ЕРИР?

Список сведений утвердило Правительство РФ. Он достаточно обширный и включает в себя следующие основные блоки:

1. Сведения о самой рекламе:

- Присвоенный рекламе идентификатор (токен);
- Общее описание рекламного креатива;
- Тип рекламной компании;
- Информация о средствах распространения рекламы (сайт, страница сайта, инф.система и пр.) и рекламных системах;
- Информация об объемах и распределении показов рекламы;
- Форма распространения рекламы;
- Срок размещения рекламы и дата начала рекламной компании;
- Параметры аудитории рекламы;

2. Реквизиты рекламодателей, рекламораспространителей,

ОРС (наименование и организационно-правовая форма; ИНН; ОГРН; номер телефона, email, код страны регистрации и рег.номер (для иностранцев); адрес; ФИО руководителя);

3. Данные о всей цепочке договоров между участниками

(стороны, предмет, дата и номер, цена, параметры целевой аудитории, сроки оказания услуг, сведения об исполнении договора и актах оказания услуг);

4. Сведения о выявленных несоответствиях в передаваемой Роскомнадзору информации;

5. Реквизиты средств распространения рекламы, используемых программ для ЭВМ, информсистемах.

Кто такой оператор рекламных данных?

Оператор рекламных данных (ОРД) - новый субъект рекламного рынка. По сути это владелец специальной программы для ЭВМ, предназначенной для установления факта распространения Интернет-рекламы, который уполномочен комиссией Роскомнадзора вести учет такой рекламы и предоставлять информацию о ней в Роскомнадзор для внесения сведений в ЕРИР.

Таким образом, его основная задача - собирать данные о рекламе с участников и передавать их в Роскомнадзор. Требования к лицу, желающему получить статус ОРД, установлены Правительством РФ, а требования к программам для ЭВМ по учету рекламы - Приказом Роскомнадзора.

Какие требования к Интернет-рекламе появляются?

- Обязательное получение идентификатора (токена) рекламы перед ее размещением;
- Указание маркировки "реклама";
- Указание на рекламодателя и (или) сайт / страницу сайта, содержащие информацию о рекламодателе. Каким образом потребуются указывать данную информацию пока не регламентировано (скорее всего либо на самом рекламном креативе, либо в форме гиперссылки).

Ответственность за несоблюдение новых правил

За нарушение новых требований Участники и ОРД могут быть привлечены к ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с наложением штрафа на граждан в размере 2-2,5 тыс. руб., на должностных лиц в размере 4-20 тыс. руб., на юридических лиц в размере 100-500 тыс. руб.

В Роскомнадзоре сообщили, что до марта 2023 в связи с тестовым запуском новой системы пока к ответственности привлекать не будут. Однако это заявление нормативно не закреплено, поэтому риски остаются.

Дорожная карта сбора, передачи и учета сведений об Интернет-рекламе

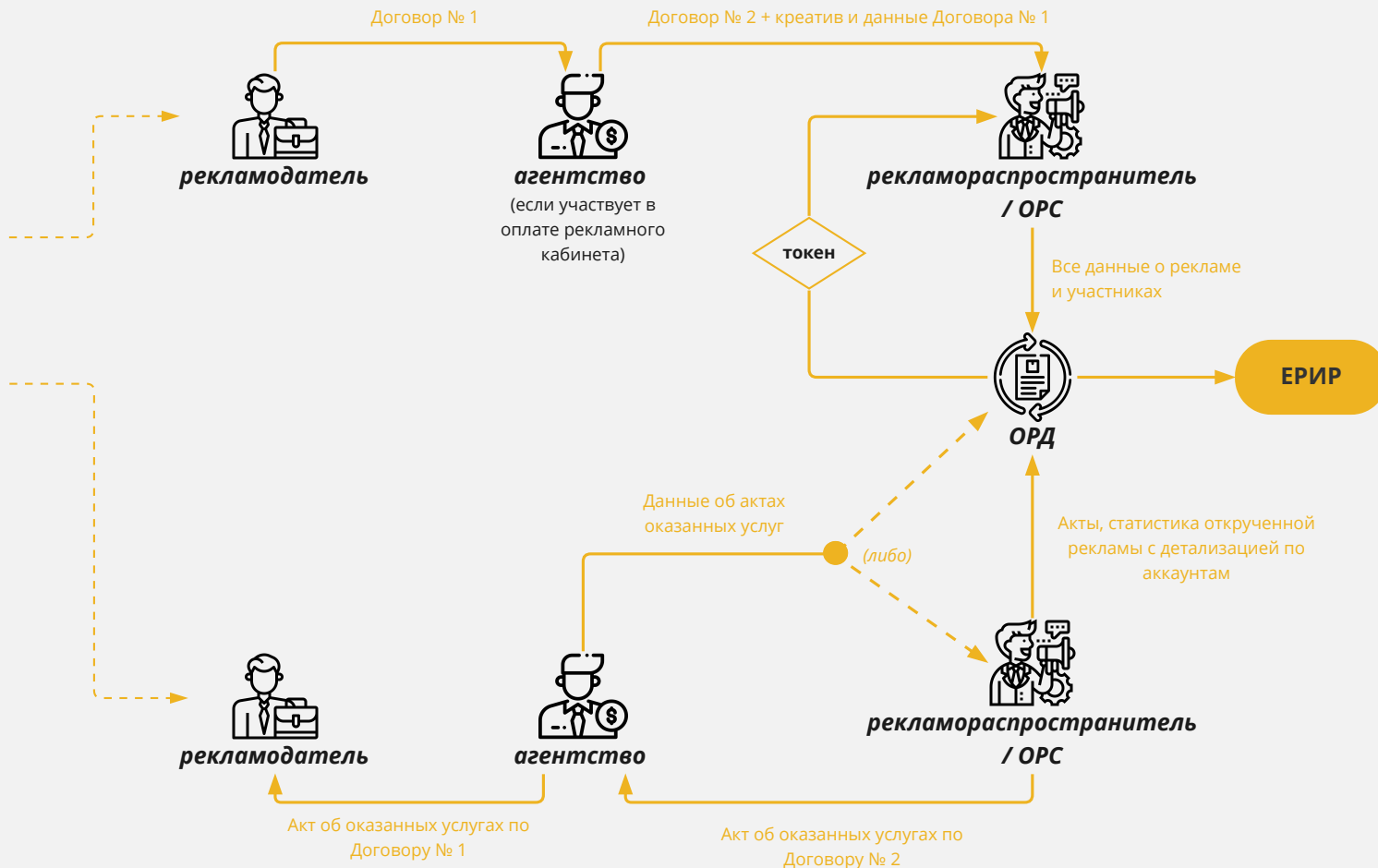
Весь процесс передачи данных в ЕРИР можно разделить на два этапа:

1. Предварительная передача данных о рекламе через ОРД в ЕРИР для получения идентификатора (токена), позволяющего начать распространение рекламы (**запуск рекламной компании**).

2. Предоставление отчетных данных о результатах размещения рекламы через ОРД в ЕРИР по итогам каждого месяца.

Также у Участников будет возможность предоставлять данные напрямую в Роскомнадзор через личный кабинет ЕРИР без ОРД, однако данный порядок детально не регламентирован, в том числе пока не определен механизм получения идентификатора рекламы без ОРД.

Переданная в Роскомнадзор информация хранится в ЕРИР не менее 5 лет. Доступ к реестру помимо Участников также получают ФНС РФ и ФАС РФ.



Важные нормативно-правовые акты

- **ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"**
- **Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 N 948** "Об утверждении критериев отнесения рекламодателей, рекламораспространителей, операторов рекламных систем, разместивших в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, к лицам, обязанным предоставлять информацию о такой рекламе в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций"
- **Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 N 974** "Об утверждении Правил взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 статьи 18.1 Федерального закона "О рекламе", включая порядок, сроки и формат предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе"
- **Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 N 966** "Об утверждении Положения о создании и деятельности комиссии по отбору оператора рекламных данных, а также условий отбора оператора рекламных данных"
- **Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 N 969** "Об утверждении Правил предоставления Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций доступа к информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе антимонопольному органу, федеральному органу исполнительной власти, уполномоченному по контролю и надзору в области налогов и сборов"
- **Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р** "Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором"
- **Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 N 64** "Об утверждении Требований к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций"
- **Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 N 63** "Об определении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, а также порядка предоставления такой информации"
- **Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 N 62** "Об утверждении Порядка ведения реестра операторов рекламных данных"