



*«Свобода конкуренции и эффективная
защита предпринимательства ради
будущего России»*



Саранск, 13 октября 2023 г.

ПОВЕСТКА



ДНЯ

1. О внесении изменений в персональный состав Экспертного совета по рекламе при Мордовском УФАС России.
2. Требования к размещению рекламы в сети Интернет. Практические рекомендации: как отличить рекламу от другой информации в Интернете.
3. Учет Интернет-рекламы в ЕРИР.
4. Адаптация в новой системе прослеживаемости Интернет-рекламы, особенности поведения, вопросы рекламщика.
5. Разное.

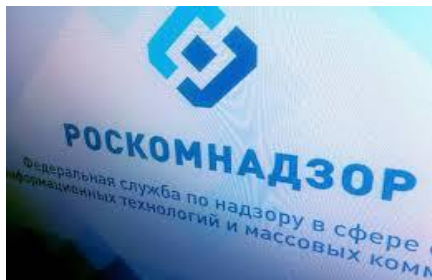
Специальные требования установлены в статье 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»



Цели:

- прослеживаемость Интернет-рекламы;
- учет, хранение и обработка информации о распространенной Интернет-рекламе

*Полномочия по контролю за соблюдением статьи 18.1
разделены между ФАС России и Роскомнадзором*



- ✓ учет, хранение и обработка информации о рекламе в Интернете;
- ✓ контроль за направлением в Единый реестр Интернет-рекламы (ЕРИР) информации о рекламе в Интернете

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ



- ✓ организационные и технические меры осуществляет радиочастотная служба



- ✓ отнесение информации к рекламе;
- ✓ наличие пометки «реклама»;
- ✓ наличие сведений о рекламодателе



Подзаконные нормативные акты

- ❑ постановление Правительства РФ от 25.05.2022 № 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 или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций»
- ❑ постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 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 № 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»
- ❑ постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 974 «Об утверждении Правил взаимодействия Федеральной службы в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами рекламных данных, включая порядок, формат и сроки предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе»
- ❑ распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 № 1362-р «Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором»

Вступили в силу с 1 сентября 2022 года и действуют в течение 6 лет со дня их вступления в силу



Подзаконные нормативные акты



- приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 № 62 *«Об утверждении Порядка ведения реестра операторов рекламных данных»* (зарегистрирован в Минюсте России 13.05.2022 № 68461)
- приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 № 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»* (зарегистрирован в Минюсте России 30.05.2022 №68635)
- приказ Роскомнадзора от 30.11.2022 № 191 *«Об утверждении требований к идентификатору рекламы, его содержанию, порядка и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций»* (зарегистрирован в Минюсте России 28.12.2022 № 71862)

Вступили в силу с 1 сентября 2022 года и действуют в течение 6 лет со дня их вступления в силу



Распространяемая на территории Российской Федерации Интернет-реклама должна:



- содержать пометку «реклама»*;
- указание на рекламодателя или на Интернет-страницу, которая содержит информацию о нем**

* использование иной пометки не предусмотрено;

** в рекламе могут быть размещены оба вида таких сведений.

Требования не касаются рекламы, размещаемой в теле- и радиопрограммах (передачах), транслируемых в Интернете

Оценка информации на предмет ее отнесения к рекламе или информации, не являющейся рекламой, осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств ее размещения



Реклама считается распространенной на территории Российской Федерации, если размещена на Интернет-сайтах, зарегистрированных в доменных зонах .SU, .RU, .РФ, а также на русскоязычных страницах сайтов в иных зонах, поскольку предназначена для потребителей в России

Обязанность передавать информацию об Интернет-рекламе

- ✓ **Рекламодатель** – изготовитель или продавец товара (работы, услуги) либо иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы
- ✓ **Рекламораспространитель** – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств
- ✓ **Оператор рекламной системы** – лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению функционирования рекламной системы (например: Яндекс.Директ, ВКонтакте)



Оператор рекламных данных – владелец компьютерных программ, отслеживающий распространение рекламы в Интернете



направляет информацию о распространяемой Интернет-рекламе в **Роскомнадзор**

Роскомнадзор устанавливает требования к программному обеспечению, используемому Операторами рекламных данных при учете Интернет-рекламы

Информация хранится в Едином реестре Интернет-рекламы не менее 5 лет со дня ее получения Роскомнадзором

Оператор социальной рекламы не передает информацию об Интернет-рекламе



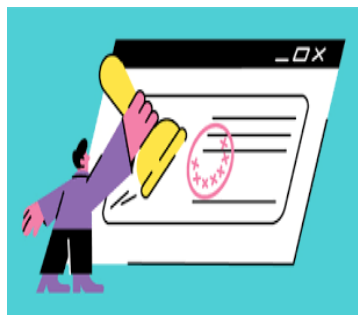
Состав передаваемой информации об Интернет-рекламе



□ о рекламодателе, рекламораспространителе, операторе рекламной системы (полное и сокращенное наименование организации, ее ИНН, адрес, ФИО директора, информация о лице, заключившем рекламный договор, и пр.)

□ о рекламе (ИР, общее описание объекта рекламирования на русском языке, тип рекламной компании, определяемый исходя из формирования ее стоимости, сведения об используемых средствах распространения (сайт и(или) страница сайта, информационная, а также рекламная система, программа для ЭВМ), информация об объемах и распределении показов рекламы, о форме ее распространения (баннер, текстовый или текстово-графический блок, видеоролик, аудиозапись, аудио-, видеотрансляция в прямом эфире), сроке размещения, параметры аудитории рекламы, сведения о договоре на распространение рекламы и о его исполнении)

Особенности распространения Интернет-рекламы



- ❖ **должен быть** присвоен **идентификатор рекламы** (*уникальный цифровой код*), позволяющий отследить рекламу в Интернете, для маркировки каждого рекламного продукта
- ❖ **идентификатор рекламы необходимо получить у Оператора рекламных данных**
- ❖ **только после присвоения идентификатора рекламу можно распространять в Интернете**

Не допускается размещать Интернет-рекламу без идентификатора рекламы

Не нужно маркировать:

- рекламу собственных товаров участников цепочки, которую они отправляют своим клиентам в личных сообщениях или по электронной почте;
- социальную рекламу;
- рекламу в составе транслируемых в Интернете теле-, радиoproграмм (передач), которая отображается без изменений по сравнению с первоисточником

Роскомнадзор осуществляет отбор Операторов рекламных данных и ведет реестр ОРД

Статус ОРД получили 7 организаций: «Лаборатория разработки» (Сбер), «Яндекс», VK, Ozon, «Медиаскаут» (МТС), «Первый ОРД» («Вымпелком»), «ОРД-А» (аналитическая платформа AmberData)

Взаимодействие с Роскомнадзором осуществляют только Операторы рекламных данных, через которых рекламодатели, рекламораспространители и операторы рекламных систем должны передавать информацию об Интернет-рекламе



Требования к идентификатору рекламы установлены Роскомнадзором



- размещение идентификатора рекламы осуществляется посредством его присоединения к указателю страницы Интернет-сайта (например: [http://site.ru/?erid=base58\(protoBUS\)](http://site.ru/?erid=base58(protoBUS))), где «site.ru» - наименование Интернет-сайта, а «erid» – наименование идентификатора рекламы, который передается серверу посредством ссылки (далее – техническая ссылка)
- в случае невозможности такого способа размещения идентификатор рекламы нужно **добавить в начале текстового блока, поверх тексто-графического блока, в начале и(или) поверх видеоролика** в виде пометки «erid: xxx», где «erid» наименование идентификатора рекламы, а «xxx» - набор буквенно-цифрового текста на основе букв латинского алфавита

Идентификатор рекламы, содержащийся в контрастной текстовому блоку, тексто-графическому блоку или видеоролику пометке «erid: xxx», **должен быть доступен для визуализации**, в том числе посредством использования программных средств

Оператор рекламных данных должен хранить IP в течение года со дня их присвоения

Роскомнадзор осуществляет контроль за присвоением IP

Административная ответственность за нарушение порядка размещения рекламы в сети Интернет

ФАС России и его территориальные органы наделены полномочиями по привлечению к административной ответственности рекламодателей за несоблюдение требований по указанию в Интернет-рекламе пометки «реклама» и сведений о рекламодателе (нормы части 16 статьи 18.1 ФЗ «О рекламе»)

- **часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает административный штраф:**
 - на граждан – от 2000 до 2500 рублей;**
 - на должностных лиц – от 4000 до 20000 рублей;**
 - на юридических лиц – от 100000 до 500000 рублей.**



Административная ответственность за нарушение порядка размещения рекламы в сети Интернет

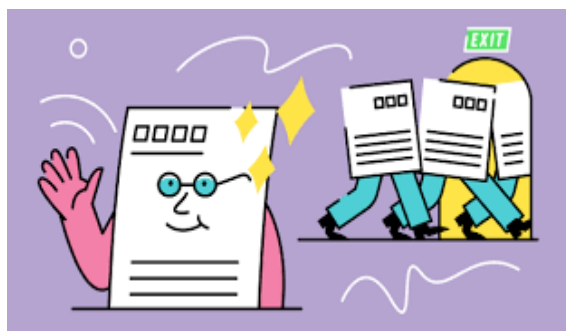
Роскомнадзор и его территориальные органы наделены полномочиями по привлечению к административной ответственности за нарушение порядка присвоения ИР и передачи сведений в ЕРИР (нормы иных частей статьи 18.1 ФЗ «О рекламе»)

- **часть 15 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает административный штраф за неисполнение обязанности по предоставлению (обеспечению предоставления) информации об Интернет-рекламе:**
 - на граждан – от 10000 до 30000 рублей;
 - на должностных лиц – от 30000 до 100000 рублей;
 - на юридических лиц – от 200000 до 500000 рублей
- **часть 16 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает административный штраф за распространение Интернет-рекламы без ИР либо за нарушение требований к его размещению:**
 - на граждан – от 30000 до 100000 рублей;
 - на должностных лиц – от 100000 до 200000 рублей;
 - на юридических лиц – от 200000 до 500000 рублей
- **часть 17 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает административный штраф за неисполнение ОРД обязанности по передаче информации об Интернет-рекламе, за нарушение требований к ИР:**
 - на должностных лиц – от 100000 до 200000 рублей;
 - на юридических лиц – от 300000 до 700000 рублей

Особенности маркировки Интернет-рекламы



- ✓ если организация размещает собственные рекламные материалы на своем Интернет-ресурсе, то нужно маркировать, а информацию о рекламе направить в Роскомнадзор



- ✓ если пресс-релизы имеют рекламный характер, то информация о них учитывается в общем порядке независимо от того, распространяются ли такие материалы возмездно или безвозмездно



- ✓ если Telegram используется в качестве мессенджера для обмена сообщениями между конкретными пользователями, то маркировать в нем рекламу не нужно. Однако если ресурс используется для донесения информации до широкого круга пользователей через предлагаемые сервисные возможности (через Telegram-каналы), то маркировка рекламы обязательна

Как отличить рекламу от другой информации в Интернете?



? Является ли рекламой информация о товарах или мероприятиях, размещенная на сайтах/сообществах в социальной сети, которые являются агрегаторами объявлений или новостей района/города/ профессионального сообщества?

! Если сами объявления о товарах или мероприятиях размещены списком в едином стиле и имеют отношение к тематике сайта/сообщества в социальной сети, то сообщаемая в них информация *не является рекламой*, поскольку представляет собой каталог, по которому в том числе выдается справка по запросу пользователей.

? Является ли рекламой информация, размещенная на собственном сайте и в соцсетях производителя товаров?

! *Не является рекламой* информация на сайте производителя товаров о товарах собственного производства, поскольку она служит целям ознакомления с ассортиментом продукции.



Размещение на таком сайте сведений о товарах иных производителей может признаваться рекламой.

Как отличить рекламу от другой информации в Интернете?



? Является ли рекламой информация о реализуемых товарах, размещенная на сайтах и в соцсетях магазинов, продавцов или маркетплейсах?

! Если информация о товарах на сайте магазина, продавца товаров разных производителей выполнена в обычном, едином стиле и информирует о самом магазине, продавце и товарах, которые магазин, продавец реализует, то такая информация *носит справочный характер и рекламой не является*. Информация на маркетплейсах о товарах, которые продают различные продавцы, также *не является рекламой*, если она размещена единообразно и не выделяется из общего стиля сайта.



Однако если на сайте магазина, продавца, маркетплейсе размещаются сведения о товарах, которые визуально выделяются среди общей подачи информации и стимулируют или поддерживают особый интерес к определенному товару, например, «закрепленный» баннер, размещаемый на каждой странице сайта и не изменяющийся при переходе на другую страницу, или баннер, неоднократно «всплывающий» на одной странице или при переходе на разные страницы сайта, такая информация *может признаваться рекламой*.

Как отличить рекламу от другой информации в Интернете?



? Является ли рекламой информация о товарах, размещенная в мобильном приложении магазина?

! *Не является рекламой, поскольку информирует о самом магазине и о товарах, которые магазин продает.*



Однако если в мобильном приложении размещаются *визуально выделяющиеся сведения о товарах иных продавцов*, такая информация *может быть рекламой*.

? Является ли рекламой информация о спонсорах и партнерах, размещенная на сайте компании?

! *Не признается рекламой информация о спонсорах и партнерах в виде их логотипов в специальном разделе сайта на сайте компании, поскольку она носит справочный характер и размещается для информирования посетителей сайта о том, что спонсором или партнером выступает та или иная организация.*

? Признаются ли рекламой отзывы на товар от покупателей данного товара, размещенные в специальном разделе?

! *Не являются рекламой отзывы о товаре в специальном разделе, поскольку в оставленных отзывах содержится личное мнение покупателей.*

Мордовское УФАС России в сети Интернет



<http://mordovia.fas.gov.ru>



<http://ok.ru/group/70000001272060>



<http://vk.com/club149106072>



<http://rutube.ru/channel/25546238/>



<http://t.me/MordUFAS>

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !

