

**РУКОВОДСТВО ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ПОДГОТОВКЕ
К МАРКИРОВКЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И ВСТУПЛЕНИЮ В СИЛУ
ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН «О РЕКЛАМЕ» С 1 СЕНТЯБРЯ 2022 ГОДА**

WHITE PAPER, ИЮЛЬ 2022

АКАР

арир

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ _____	3
2. ТЕРМИНОЛОГИЯ _____	4
3. СХЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ _____	6
4. ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА О МАРКИРОВКЕ _____	7
5. РИСКИ ДЛЯ РЫНКА ПРИ НЕИСПОЛНЕНИИ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА _____	10
6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПО СТАТЬЕ 18.1 ФЗ «О РЕКЛАМЕ» _____	10
7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ _____	11
8. КОНТАКТЫ _____	12

Настоящий документ разработан общественными рекламными ассоциациями АКАР и АРИР при участии технологических компаний рынка рекламы и Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Цель документа: помочь представителям бизнеса в России, размещающим рекламу в интернете, подготовиться к изменениям в регулировании и избежать возможных рисков и наказаний.

ВВЕДЕНИЕ

С 1 сентября 2022 года вступают в силу изменения в Закон «О рекламе»*, согласно которым вся реклама в сети Интернет, направленная на привлечение внимания потребителей из РФ, должна быть учтена в Едином Реестре Интернет-Рекламы (ЕРИР), оператором которого является Роскомнадзор. Вся демонстрируемая реклама должна быть зарегистрирована, т.е. иметь специальный маркер (идентификатор) рекламы.

От рекламодателя, который является изготовителем или продавцом товара, или обладает исключительным правом на объект рекламирования, вступление в силу изменений в Закон «О рекламе» потребует минимум усилий. Все ключевые действия будут совершаться на стороне агентств, площадок и рекламных сетей. Основная их часть будет автоматизирована.

* Федеральный закон от 02.07.2021 № 347-ФЗ, в редакции Федерального закона от 14.07.2022 № 326-ФЗ, опубликован на официальном интернет-портале правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

ТЕРМИНОЛОГИЯ

ЕРИР – Единый реестр интернет-рекламы.

КОРД (кандидат в операторы рекламных данных) – компания, добровольно участвующая в тестировании электронного взаимодействия с ЕРИР, планирующая подать заявку на участие в отборе оператора рекламных данных и соответствовать условиям отбора оператора рекламных данных, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации*.

Креатив – рекламное сообщение.

Маркер (идентификатор) рекламы – уникальное цифровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в сети «Интернет» рекламы и учета информации о такой рекламе.

ОРД (оператор рекламных данных) – компания-владелец программ для электронных вычислительных машин, предназначенных для установления факта распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уполномоченная Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций осуществлять учет рекламы в сети «Интернет» и предоставлять информацию в Федеральную службу.

ОРС (оператор рекламной системы) – лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению функционирования рекламной системы (то есть информационной системы и (или) программы для электронных вычислительных машин, которые предназначены и используются для организации распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы посредством принадлежащих третьим лицам информационных ресурсов (сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», страниц сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных систем и (или)

программ для электронных вычислительных машин)) – юридические или физические лица, индивидуальные предприниматели, которые осуществляют и (или) организуют распространение в сети «Интернет» рекламы любых рекламодателей, являющихся юридическими или физическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти, иными государственными органами и органами местного самоуправления, а также муниципальными органами, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, в том числе рекламы, распространяемой в сети «Интернет» в форме баннеров, текстового или текстово-графического блока, видеороликов, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире.

Площадка – информационный ресурс для распространения рекламы. Например, сайт в сети интернет, приложение или информационная система, в которых демонстрируется реклама для конечного потребителя.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара, либо иное, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

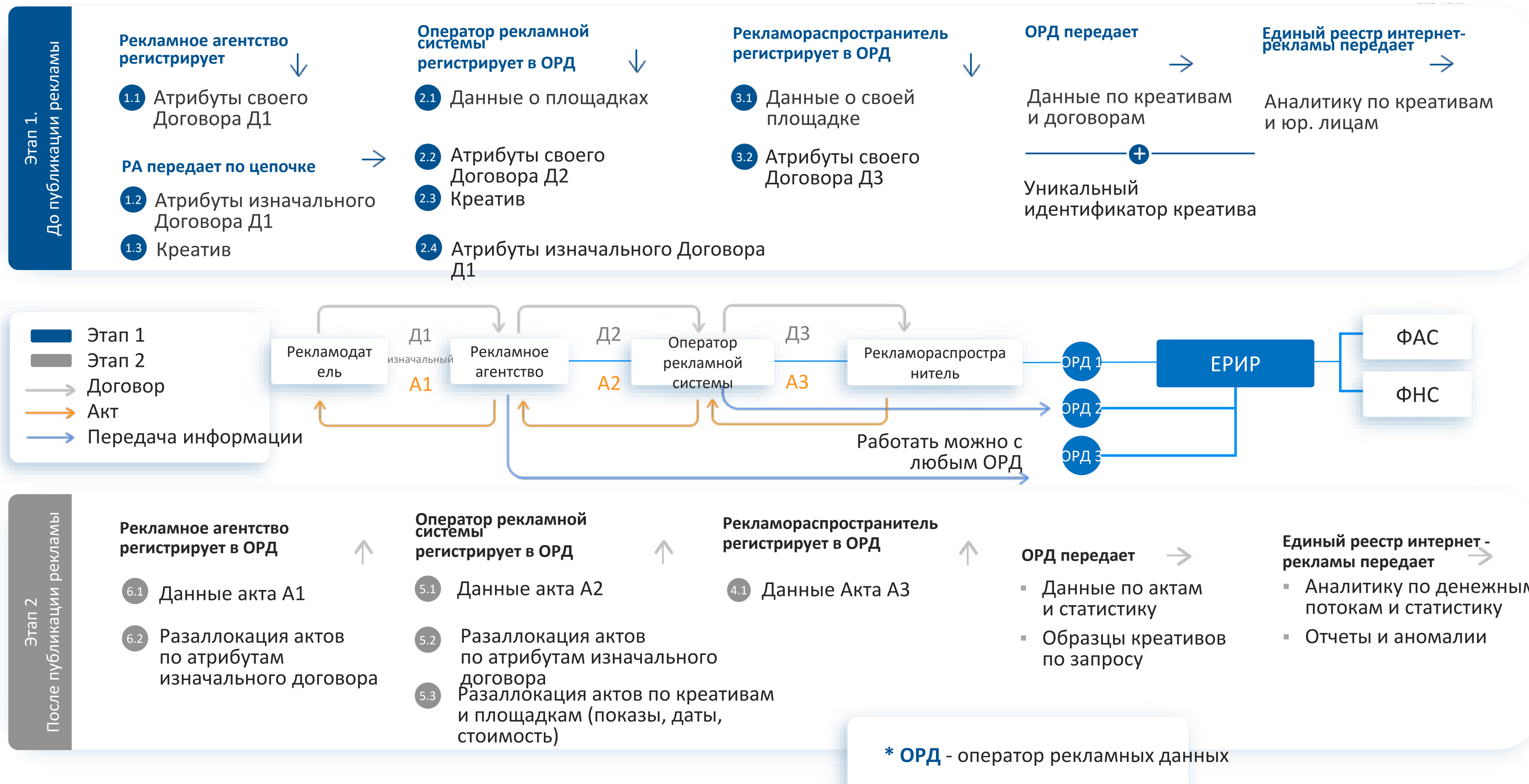
Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; юридические или физические лица, индивидуальные предприниматели, которые осуществляют и (или) организуют распространение в сети «Интернет» рекламы любых рекламодателей, являющихся юридическими или физическими лицами, индивидуальными предпринимателями, органами государственной власти, иными государственными органами и органами местного самоуправления, а также муниципальными органами, которые не входят в структуру органов

* Постановление Правительства РФ № 966 от 29 мая 2022 года

местного самоуправления, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, в том числе рекламы, распространяемой в сети "Интернет" в форме баннеров, текстового или текстово-графического блока, видеороликов, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире, а также владельцы социальных сетей, аудио-визуальных сервисов, новостных агрегаторов, организаторы распространения информации в сети "Интернет", включая организаторов сервисов обмена мгновенными сообщениями, операторы поисковых систем, определяемые в соответствии с законодательством Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации.

РКН – Роскомнадзор, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

3. СХЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ



Что учитывается в ЕРИР:

- Информация об участниках рынка (ИНН)
- Информация о заключенных договорах (между всеми участниками цепочки распространения рекламы)
- Информация о платежах по договорам (акты)
- Информация о рекламных объявлениях (образцы креативов, метаданные, показы и площадки, стоимость, заказчики)

Вся эта информация будет направляться в ЕРИР через уполномоченные организации – операторов рекламных данных (ОРД).

Чем занимаются ОРД:

- Принимают данные от участников рынка
- Предоставляют участникам рынка удобные интерфейсы и API для ручного и автоматизированного внесения данных
- Присваивают регистрационные идентификаторы рекламным материалам
- Хранят образцы рекламных материалов (креативов) в течение одного года
- Передают данные и идентификаторы в ЕРИР

4. ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА О МАРКИРОВКЕ

Законодательство регламентирует сроки подачи данных о рекламе в ЕРИР. В связи с этим мы выделяем следующие этапы, укладываемые в нормы подачи данных, на переходный период:

4.1. ДО 1 СЕНТЯБРЯ 2022 ГОДА – ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

- КОРД начнут пилотную эксплуатацию своих сервисов и тестирование передачи данных в РКН.
- В настоящий момент ориентировочный состав КОРД:
 - ВК
 - Медиакаут (МТС)
 - ОЗОН-ОРД
 - ОРД-А (Амбердата)
 - ОРД - Лаборатория разработки (СБЕР)
 - Первый ОРД (Вымпелком)
 - Яндекс
- Рекламодателям рекомендуется внести изменения в договоры с агентствами, чтобы возложить на них обязательства по подаче данных рекламодателей кандидатами в операторы рекламных систем, участвующим в пилотном проекте по передаче данных в РКН.

4.2. 1 – 30 СЕНТЯБРЯ 2022 ГОДА – НАЧАЛО ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА ДЛЯ ОТЛАДКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

- КОРД продолжат работу в пилотном режиме, предоставляя услуги всем участникам рынка.
 - КОРД начинают оказывать услуги по принятию данных от участников рынка – можно заключать с ними контракты и передавать данные о договорах, креативах и актах. Выбор КОРД для подачи данных (до утверждения ОРД) осуществляется по усмотрению каждого участника рынка.
 - КОРД начинают регистрировать договоры и присваивать идентификаторы всем показываемым креативам (регистрировать креативы). КОРД, связанные с ОРС, начнут это делать автоматически.
 - Рекламодатели, агентства и площадки, работающие не через ОРС, начинают регистрировать свои договоры и креативы в личных кабинетах (ЛК) КОРД вручную или через API КОРД.
 - Креативы могут быть по договоренности зарегистрированы в КОРД любым из участников цепочки “рекламодатель - агентство - площадка”.
 - В общем случае договор регистрирует исполнитель, но по договоренности это может сделать любой участник цепочки.
- Каждому участнику при подаче данных в ЕРИР через ОРД необходимо указывать атрибуты изначального договора с рекламодателем.
 - Площадки начинают помечать показываемые креативы, подпадающие под требования о маркировке, специальным маркером с указанием полученного при регистрации идентификатора.
 - ОРС, заключившие договор с КОРД, предоставят эту маркировку автоматически
 - Площадки, работающие не через ОРС, связанных с КОРД, должны будут внести изменения в код сайтов для проставления маркировки
 - Маркер должен быть доступен для свободного просмотра/копирования посетителями площадки
 - Рекламодателям доступны в Личных Кабинетах ЕРИР (с авторизацией через Госуслуги) данные по их зарегистрированным договорам и креативам. Ссылка на ЕРИР будет размещена на странице «Учет рекламы в сети Интернет» официального сайта РКН.

4.3. 1 ОКТЯБРЯ - 31 ОКТЯБРЯ 2022 ГОДА – ЗАВЕРШЕНИЕ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА

- ОРД утверждаются комиссией.
- ОРД переходят в режим промышленной эксплуатации.
- Между всеми участниками цепочки должны быть выставлены акты по оказанным за прошедший месяц услугам по размещению рекламы, содержащие общую сумму по договору и суммы в разлокации (разбивке) по изначальным договорам (если реклама не для заказчика по договору).
 - Информация об актах должна быть внесена в Личные Кабинеты участников рынка в ОРД. На это отводится один месяц, следующий за месяцем оказания услуг.
 - ОРС, заключившие договор с ОРД, сделают это автоматически.
 - Все остальные вносят данные вручную или через API ОРД.
 - ОРС и площадки передают через ОРД в ЕРИР агрегированные данные по количеству показов креативов на площадках.

4.4. 1 НОЯБРЯ 2022 ГОДА – ПЕРЕХОД К РЕГУЛЯРНОЙ РАБОТЕ

- Рекламодателям доступны в Личных Кабинетах ЕРИР данные по их зарегистрированным актам.
 - Исходная сумма, затраченная на рекламу рекламодателем за период
 - Часть исходной суммы, выплаченной за услуги рекламодателем
- Доступ к передаваемой в ЕРИР информации есть у ФНС (акты) и ФАС (креативы, показы).

5. РИСКИ ДЛЯ РЫНКА ПРИ НЕИСПОЛНЕНИИ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА

5.1. Со стороны РКН появится дополнительный контроль за крупными агентствами на уровне каждого отдельного игрока, появятся метрики полноты данных по агентствам. Даже в отсутствие формальных штрафных санкций агентства, не предоставляющие сведения, окажутся в фокусе внимания РКН как первые кандидаты на детальное изучение.

5.2. Риски некорректного учета расходов на рекламу как у самих агентств, так и у рекламодателей: ФНС может не признать соответствующие расходы без корректного учета всей рекламы в ЕРИР, с соответствующими доначислениями, пенями и штрафами.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПО СТАТЬЕ 18.1 ФЗ «О РЕКЛАМЕ»

По состоянию на 30.06.2022 г.

В связи с вступлением в силу с 01.09.2022 г. статьи 18.1 ФЗ «О рекламе», кардинально меняющей порядок размещения интернет-рекламы, актуален вопрос об ответственности за нарушение новых норм.

Редакция ФЗ «О рекламе» с 01.09.2022 г. предусматривает 2 группы возможных нарушений, за которые предусмотрена ответственность.

1) В соответствии с частями 3 и 11 статьи 18.1. ФЗ «О рекламе» ответственность за полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления информации в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, несут следующие субъекты:

- операторы рекламных данных;
- рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем, разместившие в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, лица.

2) Часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусматривает, что рекламодатель несет ответственность за нарушение части 16 статьи 18.1. ФЗ «О рекламе»:

«16. Реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы».

Часть 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусматривает, что нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность, предусмотренную частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ:

- штраф на граждан в размере от 2000 до 2500 рублей;
- на должностных лиц - от 4000 до 20 000 рублей;
- на юридических лиц - от 100 000 до 500 000 рублей.

Меры ответственности за неисполнение обязанностей, вытекающих из статьи 18.1 закона «О рекламе», не установлены.

9. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вступление в силу требований закона о маркировке с 1 сентября 2022 года потребует от рекламодателей усилий для заключения договоров и построения отношений с ОРД как через рекламные агентства, операторов рекламных систем, так и напрямую.

Переходный период позволит продолжить размещение интернет-рекламы в рабочем порядке и без рисков получения санкций от контролирующих органов.

Регуляторы, рекламные системы, рекламодатели, ОРС, площадки, агентства и рекламные ассоциации – все заинтересованы в конструктивной работе и безболезненном внедрении нового рекламного законодательства.

АКАР

<https://www.akarussia.ru/>

АССОЦИАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ РОССИИ

УЛ. ПОЛКОВАЯ, 3.СТР, 3, 4 ЭТАЖ,

МОСКВА, РОССИЯ

pr@akarussia.ru

АРИР

<https://interactivead.ru/>

АССОЦИАЦИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ

УЛ. ПОЛКОВАЯ, 3.СТР, 3, 4 ЭТАЖ,

МОСКВА, РОССИЯ

add@interactivead.ru