

НОВЫЕ ПРАВИЛА УЧЕТА И МАРКИРОВКИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

С 1 сентября 2022 года начали действовать новые положения об обязательной маркировке и учёте интернет-рекламы.

Новое регулирование фактически затрагивает всех, кто размещает рекламу в Интернете, и кто задействован в этом процессе (за отдельными изъятиями).

Новые положения Закона о рекламе (ст. 18.1) предусматривают создание единой информационной системы учёта рекламы в интернете – Единый Реестр Интернет-Рекламы (ЕРИР), оператором которой будет Роскомнадзор. По задумке законодателя такая система будет обеспечивать автоматизацию процессов сбора и обработки информации о рекламе, учёта и хранения такой информации, обеспечения к ней доступа.

По мнению экспертов, новые правила, с одной стороны, преследуют цели установление государством контроля в сфере данного сегмента рекламы, с другой – защита прав участников рекламного рынка.

1. Какая информация в сети Интернет признается рекламой, а какая - нет

Исходя из Закона о рекламе под интернет-рекламой понимается информация, которая распространена в сети интернет в любой форме и с использованием любых средств, адресована неопределённому кругу лиц, и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

РЕКЛАМА	НЕ РЕКЛАМА
Информация, направленная на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди иных товаров (например, всплывающий баннер, информация с пометкой «реклама», размещённая посредством системы размещения контекстной рекламы).	Перечень гиперссылок на различные источники информации (сайты, форумы и др.), выданный поисковыми системами, который является результатом обработки поискового запроса пользователя.
	Информация о товарах (услугах), которая размещена на сайте производителя или продавца данных товаров (услуг) или на страницах в соцсетях, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающем услуги, о деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, и т.п.

2. Что нужно сделать до распространения интернет-рекламы

Перед тем как распространить интернет-рекламу, отдельные категории рекламодателей, а также рекламодатели и операторы рекламных систем, должны обратиться в специальную организацию - к оператору рекламных данных (ОРД). Операторов отбирает комиссия при Роскомнадзоре, на сегодняшний день отобрано **7** таких организаций согласно реестру, с которым можно ознакомиться по ссылке:

<https://rkn.gov.ru/register-ord/register/?ysclid=lbcdj7d1ri602698155>

ОРД присваивает рекламе идентификатор (токен), чтобы обеспечить её прослеживаемость. После его получения рекламу можно распространять. Как будет присваиваться идентификатор, должен установить Роскомнадзор (пока не установлено).

3. Что должна содержать интернет-реклама

Интернет-реклама должна включать:

- пометку «реклама»;
- указание на рекламодателя или на интернет-страницу, содержащую информацию о нём.

Требования не касаются рекламы, которую размещают в теле- и радиопрограммах (передачах), транслируемых в интернете.

4. Кто обязан передавать информацию о рекламе

Информацию о рекламе обязаны передавать рекламодатели, операторы рекламных систем, владельцы соцсетей, аудиовизуальных сервисов, новостных агрегаторов, организаторы распространения информации в интернете.

Эта же обязанность есть у рекламодателей, если только рекламодатель не передал обязанность рекламодателю либо оператору рекламной системы.

5. Какую информацию и в какой срок нужно передавать

После распространения рекламы информацию о ней передают ОРД, а он, в свою очередь, направляет данные в Роскомнадзор. Ведомство ведёт учёт и обработку этой информации, а также хранит её не менее 5 лет.

Список информации (установленный Правительством РФ), достаточно обширный и включает сведения:

- о самой рекламе;
- о рекламодателе;
- о рекламодателе;
- о рекламодателе;
- об операторе рекламной системы.

В частности, предоставляют данные о всей цепочке договоров, заключенных для распространения рекламы, включая реквизиты и содержание актов оказанных услуг.

ИСКЛЮЧЕНИЕ: Информацию о рекламе своих товаров, которую рассылают по электронной почте или в виде сообщений для групп пользователей передавать не нужно.

Кроме того, исключение сделали для рекламы в теле- и радиопередачах, транслируемых через интернет, если она идентична рекламе в тех же передачах, показанных различными способами вещания.

6. Кому станет доступной информация о рекламе

Предполагается, что помимо самого Роскомнадзора информация о рекламе будет доступна ФНС и ФАС.

Участники рынка также смогут получить информацию, но в части, касающейся их прав и обязанностей. Состав сведений для каждой категории получателей установил Роскомнадзор. Сведения предоставят через специальный сервис, для доступа к которому потребуется учётная запись на Госуслугах.

7. Ответственность за несоблюдение порядка распространения интернет-рекламы

ОРД и участники рынка несут ответственность за полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления информации в Роскомнадзор.

Специальные составы в КоАП РФ за нарушение порядка учёта интернет-рекламы пока не вносились, поэтому возможно применение общей нормы, к примеру, общая ответственность за отсутствие маркировки интернет-рекламы в виде штрафа по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ:

- 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.

По неофициальным заявлениям представителей Роскомнадзора, штрафы за неисполнение требований новых положений об интернет-рекламе не планируется применять до марта 2023 года, пока идёт процесс взаимодействия всех участников рынка.

Следует добавить, что Ассоциация развития интерактивной рекламы (АРИР) и Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), совместно с Роскомнадзором, составили руководство по подготовке к новым требованиям на рекламном рынке, с которыми можно ознакомиться по следующей ссылке: https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/07/arir22_wp_about_advertising.pdf

С наилучшими пожеланиями,
Адвокатское бюро «Юрлов и Партнёры»

Контакты:



20.12.2022 г.
Юодка Олег Иванович,
Партнёр, адвокат
Практика корпоративного и
коммерческого права

yuodka@y-p.ru,
+7 (495) 913-67-42
www.yurlov.ru