

# Информационное письмо

## ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: НОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РОССИИ



Рынок рекламы, распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – Интернет-реклама) в России на протяжении последних лет показывал стабильный рост порядка 25 – 30% в год. Однако 2022 год стал поворотным: по данным Ассоциации Коммуникационных Агентств России сократился как спрос на рекламу, так и предложение.<sup>[1]</sup> Ряд популярных площадок, таких как Instagram и Facebook<sup>[2]</sup> были заблокированы в России, а крупнейшие рекламодатели, например, такие как Coca Cola, стали приостанавливать свои рекламные кампании и деятельность в России в целом.<sup>[3]</sup>

На фоне названных событий 1 сентября 2022 года вступили в силу изменения в Федеральный закон "О рекламе", направленные на учет Интернет-рекламы. По задумке законодателя создание единой информационной системы учета Интернет-рекламы ("ЕРИР") должно обеспечить автоматизацию процессов сбора и обработки информации о размещенной в Интернете рекламе, собственно учет и хранение такой информации, а также доступ к ней.<sup>[4]</sup>

## **1. Суть новых требований**

По новым правилам определенные категории российских и иностранных рекламодателей, рекламораспространителей и операторов рекламных систем, размещающих Интернет-рекламу, направленную на привлечение внимания российских потребителей рекламы, обязаны предварительно получить идентификатор рекламы в специальной организации – у оператора рекламных данных.

После собственно распространения рекламы информация о рекламе опять же передается оператору рекламных данных, а он уже передает ее в ЕРИР.

## **2. На кого распространяются новые требования**

### 2.1 Рекламодатели

Рекламодатель является изготовителем или продавцом товара или лицом, которое определило объект рекламирования или содержание рекламы.<sup>[5]</sup>

По общему правилу новые требования распространяются на всех рекламодателей юридических или физических лиц, а также индивидуальных предпринимателей.

Под исключение подпадают лишь рекламодатели, которые:

- обладают исключительным правом на объект рекламирования, или
- являются изготовителями или продавцами товаров,

информацию о рекламе которых в Роскомнадзор предоставляют рекламораспространители или операторы рекламных систем по договору.

### 2.2 Рекламораспространители и операторы рекламных систем

По общему правилу новые требования распространяются на всех рекламораспространителей, то есть лиц, осуществляющих распространение рекламы любым способом, и операторов рекламных систем, то есть лиц, администрирующих информационные системы и программы по распространению рекламы. Это могут быть юридические или физические лица, а также индивидуальные предприниматели.

Кто выступает рекламодателем значения не имеет.

Реклама при этом может распространяться в сети Интернет в форме баннеров, текстового или текстово-графического блока, видеороликов, аудиозаписи, аудио- или видеотрансляции в прямом эфире.

Особые категория рекламодателей – владельцы социальных сетей, аудиовизуальных сервисов, новостных агрегаторов, организаторы распространения информации в сети интернет, включая организаторов сервисов обмена мгновенными сообщениями, операторов поисковых систем – также обязаны соблюдать новые требования.

### 2.3 Операторы рекламных данных и идентификация рекламы

Ключевую роль в новой системе учета Интернет-рекламы будут играть операторы рекламных данных.

Оператор рекламных данных – это уполномоченная Роскомнадзором российская компания-владелец специального программного обеспечения, предназначенного для установления факта распространения рекламы в интернете.<sup>[6]</sup>

Оператор рекламных данных – это новый субъект, который выполняет множество функций в новой системе:

Во-первых, он осуществляет учет рекламы в интернете и предоставляет информацию в ЕРИР.

Во-вторых, он присваивает соответствующей рекламе идентификатор. *Идентификатор рекламы* – это уникальное буквенно-цифровое обозначение в виде ссылки или в меню adChoice, которое используется для прослеживаемости и учета Интернет-рекламы.<sup>[7]</sup> Требования к идентификатору рекламы, его содержанию и порядку его присвоения и размещения разрабатываются Роскомнадзором.

В качестве операторов рекламных данных выступают такие компании, как МТС, ВымпелКом, VK, Ozon, AmberData, Яндекс и Сбер.

После того, как операторы будут определены, рекламодатели, рекламодатели, операторы рекламных систем должны будут заключить договоры с операторами рекламных данных.

Например, дочернее общество ООО "Интернет Решения" (OZON), созданное в июне 2022 г., ООО "ОЗОН ОРД" уже предлагает заключение соответствующих договоров.

### **3. Информация, подлежащая учету Роскомнадзором**

В соответствии с новыми правилами учета подлежит достаточно большой объем информации как о рекламодателе, рекламораспространителе и операторе рекламной системы, так и о самой рекламе. [\[8\]](#)

В отношении самой рекламы необходимо предоставить, например, следующие сведения:

- идентификатор рекламы (присваивает оператор рекламных данных);
- описание объекта рекламирования на русском языке;
- средства распространения рекламы (например, сайт или программное обеспечение);
- об объемах и распределении показов рекламы;
- срок размещения рекламы;
- аудитория рекламы – информация о поле, возрасте, территории проживания (при наличии);
- информация о всей цепочке договоров между рекламодателем, рекламораспространителем и оператором рекламной системы.

В отношении рекламодателя, рекламораспространителя и иных лиц также учитываются достаточно подробные сведения, например, наименование, информация о местонахождении и реквизитах, телефонных номерах и проч.

Предполагается, что указанная информация должна быть предоставлена оператору рекламных данных по истечении 20 календарных дней с даты распространения рекламы в сети Интернет. [\[9\]](#)

Для операторов социальной рекламы сделано исключение – им предоставлять всю вышеуказанную информацию не требуется. [\[10\]](#)

### **4. Доступ к информации об Интернет-рекламе**

Доступ к информации о распространенной рекламе Роскомнадзор вправе предоставить Федеральной антимонопольной службе ("**ФАС**") и Федеральной налоговой службе ("**ФНС**"). Взаимодействие указанных органов с Роскомнадзором планируется двумя способами:

- посредством направления ФАС и ФНС запросов в Роскомнадзор;
- и наоборот: Роскомнадзор автоматически делает подборку о рекламе по определенным критериям и направляет в ФАС или ФНС. Конкретные критерии и другие условия указываются в соглашении об информационном взаимодействии между ведомствами.

Все взаимодействие будет происходить онлайн – сотрудники ФАС и ФНС будут иметь доступ (логин и пароль) для доступа к информационной системе Роскомнадзора.<sup>[11]</sup>

Рекламодатель и иные лица вправе получить доступ к хранящейся у Роскомнадзора информации о рекламе, которая непосредственно касается их прав и обязанностей.

Доступ к информации обеспечивается на сайте [www.erir.grfc.ru](http://www.erir.grfc.ru) Для входа потребуется подтвержденная запись рекламодателя или иного лица на Госуслугах.

## **5. Маркировка Интернет-рекламы**

В соответствии с новыми требованиями<sup>[12]</sup> Интернет-реклама должна в обязательном порядке содержать следующую информацию:

Во-первых, распространяемая в сети Интернет реклама должна содержать соответствующую пометку – "реклама". Иного обозначения, как отмечает Федеральная антимонопольная служба России, законом не предусмотрено.<sup>[13]</sup>

Во-вторых, в отношении Интернет-рекламы следует указывать, кто является ее рекламодателем. Альтернативно можно указать вебсайт, где такую информацию о рекламодателе можно найти.

## **6. Блогеры**

Размещение рекламы у блогеров и иных инфлюенсеров также подпадает под новые ограничения. Перед публикацией блогером поста с рекламной информацией предварительно необходимо получить идентификатор рекламы.

Сделать это может как сам блогер, так и любой другой участник цепочки размещения рекламы, например, рекламодатель.

Поскольку блогер выступает рекламодателем, то после публикации рекламы у него также возникает обязанность по предоставлению сведений о ней в ЕРИР.

## 7. Исключения

Новые требования об учете рекламы не распространяются на ряд ситуаций.

В качестве первого исключения выступает ситуация, когда реклама о собственных товарах распространяется посредством рассылок по электронной почте или в виде электронных сообщений в сети "Интернет".

Второе исключение распространяется на рекламу в теле- и радиопередачах, транслируемых через сеть "Интернет", если она идентична рекламе в тех же передачах, показанных различными способами вещания.

## 8. Ответственность

В настоящее время отсутствуют специальные нормы, устанавливающие ответственность за нарушение требований об учете Интернет-рекламы.

Однако в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях ("**КоАП**") имеется общая норма, предусматривающая ответственность за нарушение законодательства о рекламе – ст. 14.3 КоАП.

По общим правилам нарушение законодательства о рекламе рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем влечет наложение административного штрафа:

- на граждан от 2 000 до 2 500 рублей;
- на должностных лиц – от 4 000 до 20 000 рублей;
- на юридических лиц – от 100 000 до 500 000 рублей.

В то же время, Роскомнадзор сообщал, что до марта 2023 года будет идти отладка взаимодействия в рамках систему учета Интернет-рекламы, в связи с чем, привлечение к административной ответственности за нарушение новых требований не планируется.<sup>[14]</sup>

---

[1] [https://www.akarussia.ru/knowledge/market\\_size/id10152](https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id10152)

[2] Компания Meta Platforms, Inc. признана в России экстремистской и запрещена, а также внесена в Перечень террористов и экстремистов Росфинмониторинга.

[3] <https://www.coca-cola.ru/news-and-trends/news/all-promotions-in-russia-suspended>

[4] Пояснительная записка к Проекту Федерального закона № 1173900-7 "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" в части создания единой информационной системы учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

[5] П. 5 ст. 3 Закона "О рекламе".

[6] П. 2 "Условий отбора оператора рекламных данных", утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 28 мая 2022 г. № 966.

[7] П. 17 ст. 18.1 Закона "О рекламе"; [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/08/arir22\\_rkn.pdf](https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/08/arir22_rkn.pdf)

[8] 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".

[9] Проект Постановления Правительства РФ "О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации" (подготовлен Минцифры России, ID проекта 02/07/08-22/00130611).

[10] П. 4 ст. 18.1 Закона "О рекламе".

[11] П. 4 "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", утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 28 мая 2022 г. № 969.

[12] П. 16 ст. 18.1 Закона "О рекламе".

[13] Письмо ФАС России от 03.10.2022 № КТ/90922/22 "О разъяснении частей 12, 15, 16 статьи 18.1 Федерального закона "О рекламе".

[14] <https://adindex.ru/news/right/2022/08/15/306103.phtml>

**С уважением,**

**Илья Титов**

Юрист, LL.M.

[Ilya.Titov@advant-beiten.com](mailto:Ilya.Titov@advant-beiten.com)



## Подписаться на информационные письма Переслать E-Mail

### Примечания

Настоящая публикация не является юридической консультацией.

Если Вы в дальнейшем не хотите получать информацию от нас, Вы можете в любое время [отказаться от рассылки](#).

© БАЙТЕН БУРКХАРДТ

Рехтсанвалтсгезельшафт мбХ

Все права защищены 2022

### Выходные данные

ADVANT BEITEN

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

(Издатель)

Ganghoferstraße 33, 80339 München

AG München HR B 155350/USt.-Idnr: DE-811218811

Подробная информация (контакты) по ссылке:

<https://www.advant-beiten.com/en/imprint>

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH является членом ADVANT, объединения независимых юридических фирм. Каждая фирма-член является отдельным и независимым юридическим лицом, которое несет ответственность только за свои собственные действия и бездействие.