|  |
| --- |
|  |
| Обзор: "Интернет-реклама: изменения в законе с 1 сентября 2022 года"(КонсультантПлюс, 2022) |
| Документ предоставлен [**КонсультантПлюсwww.consultant.ru**](https://www.consultant.ru)Дата сохранения: 20.10.2022  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Актуально на 23.08.2022** |  |

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНЕ С 1 СЕНТЯБРЯ 2022 ГОДА

В России вводят систему прослеживаемости интернет-рекламы. Как устроена эта система и что учесть участникам рынка, читайте в нашем материале.

Как в общих чертах выглядит новое регулирование

Основные правила закреплены в новой ст. 18.1 Закона о рекламе, которая вступает в силу 1 сентября.

Перед тем как распространить интернет-рекламу, отдельные категории рекламодателей, а также рекламораспространители и операторы рекламных систем, должны обратиться в специальную организацию - к (ОРД). Операторов отбирает комиссия при Роскомнадзоре.

ОРД (оператору рекламных данных) присваивает рекламе идентификатор, чтобы обеспечить ее прослеживаемость. После его получения рекламу можно распространять. Как будет присваиваться идентификатор, должен установить Роскомнадзор.

После распространения рекламы информацию о ней передают ОРД(оператору рекламных данных), а он, в свою очередь, направляет данные в Роскомнадзор. Ведомство ведет учет и обработку этой информации, а также хранит ее не менее 5 лет.

Что должна содержать интернет-реклама

Интернет-реклама должна включать:

- пометку "реклама";

- указание на рекламодателя или на интернет-страницу, которая содержит информацию о нем.

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

Кто обязан передавать информацию о рекламе

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

Эта же обязанность есть у рекламодателей, но есть исключение: рекламодатель передал (непосредственно или через уполномоченное лицо) обязанность рекламораспространителю либо оператору рекламной системы. Рекламодатель при этом должен обладать исключительным правом на объект рекламирования и (или) быть изготовителем или продавцом рекламируемого товара.

Приведенные правила закреплены в правительственном постановлении.

Информацию о рекламе не передает оператор социальной рекламы.

Какую информацию и в какой срок нужно передавать

Список информации установило правительство.

Он достаточно обширный и включает сведения:

- о самой рекламе;

- рекламодателе;

- рекламораспространителе;

- операторе рекламной системы.

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

Отметим, что не нужно передавать информацию о рекламе своих товаров, которую рассылают по электронной почте или в виде сообщений для групп пользователей.

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.

Срок направления информации оператору рекламных данных пока нормативно не закреплен, но есть проект правительственных поправок. Он предусматривает передачу информации через 20 календарных дней после распространения рекламы.

Кому доступна информация о рекламе

Помимо самого Роскомнадзора информация о рекламе доступна налоговой и антимонопольной службам.

Заказчики и другие участники рынка также могут 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 учетная запись на Госуслугах.

*Документы: Федеральный* *закон* *от 02.07.2021 N 347-ФЗ,* *Постановление* *Правительства РФ от 28.05.2022 N 974,* *Постановление* *Правительства РФ от 25.05.2022 N 948,* *Распоряжение* *Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р,* *Приказ* *Роскомнадзора от 11.04.2022 N 63*