

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ



ИЗМЕНЕНИЯ В ФЗ "О РЕКЛАМЕ" с 01.09.2022 г.



Закон № 347-ФЗ о поправках в ФЗ «О рекламе»

— Создание Единого реестра Интернет-Рекламы (ЕРИР), оператором которой является РКН

ЕРИР обеспечивает автоматизацию процессов сбора и обработки информации о рекламе, учета и хранения информации, обеспечение доступа к ней.

ЧТО ПРИЗНАЕТСЯ РЕКЛАМОЙ?

Реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Относится к рекламе:



- Баннеры в социальных сетях и на веб-сайтах, включая собственные сайты.
- Рекламные сотрудничества с блогерами, с сообществами и Telegram-каналами.
- Массовые email-рассылки.

Не относится к рекламе:



- Информация о продукции на веб-сайте производителя.
- Сведения, не связанные с коммерческой деятельностью.
- Персонализированное письмо клиенту.
- Поисковая выдача;
- Каталоги и сайты объявлений (например, Avito)

Реклама, ориентированная на потребителей в России, должна:



Быть явно промаркирована как "реклама".



Обладать уникальным идентификатором (токеном) и быть зарегистрированной в Едином Реестре Информации о Рекламе (ЕРИР).



Включать информацию о рекламодателе или ссылку на его веб-сайт.

УЧАСТНИКИ РЕКЛАМНОЙ ЦЕПОЧКИ

Рекламная система — информационная система и (или) программа, которые предназначены и используются для организации распространения в сети «Интернет» рекламы посредством принадлежащих третьим лицам информационных ресурсов (сайтов, страниц сайта, информационных систем и (или) программ для ЭВМ)
ОРС - ЯндексДирект, Вконтакте, MyTarget

Рекламодаватель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо
То есть это любое лицо, заинтересованное в рекламировании конкретного объекта и определяющее содержание рекламы (для РА это заказчик/клиент)

Рекламораспространитель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Под понятие рекламораспространителей попадают как блогеры, владельцы сообществ в социальных сетях, владельцы сайтов в сети «Интернет», которые размещают рекламу, так и таргетологи, которые настраивают рекламу и размещают рекламные объявления.

Оператор рекламных данных — Владелец программ, предназначенных для установления факта распространения рекламы в сети «Интернет», уполномоченных РКН осуществлять учет рекламы в сети «Интернет» и предоставлять информацию в РКН



УЧАСТНИКИ РЕКЛАМНОЙ ЦЕПОЧКИ



Что такое ОРД и зачем он нужен

Операторы рекламных данных (ОРД) помогут упростить маркировку и передачу данных в ЕРИР. Они агрегируют информацию от всех участников рынка и присваивают токены и пометку «Реклама» креативам.

Функции ОРД



сбор данных о рекламе для их последующей отправки в Роскомнадзор



проведение мониторинга и анализа данных




при обнаружении расхождений в информации более чем на 5%, ОРД уведомляет Роскомнадзор о данном факте

УЧАСТНИКИ РЕКЛАМНОЙ ЦЕПОЧКИ



Определены операторы рекламных данных

Комиссия при Роскомнадзоре определила перечень операторов рекламных данных (ОРД). Операторами стали:

 «Лаборатория разработки» (Сбер)

 «Яндекс Оператор Рекламных Данных» (Яндекс)

 «VK Рекламные Технологии» (VK)

 «ОЗОН ОРД» (Озон)

 «МедиаСкаут» (МТС)

 «Первый ОРД» (Вымпелком)

 «ОРД-А» (Амбердата)

ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

ШАГ 1

Заключение договора с рекламодателем
и формирование приложения к договору



ЧТО УЧЕСТЬ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ДОГОВОРА



- ✓ Кто создает креативные материалы.
- ✓ Процесс заключения договора и подписания акта.
- ✓ Как заказчик должен предоставлять необходимую информацию.
- ✓ Уточнить условия для повышения тарифов рекламного агентства, если взаимодействие с ОРД станет платным.
- ✓ Ответственность за нарушение статьи 5 Федерального закона № 38 "О рекламе".
- ✓ Сдача отчетов по исполнению договора.
- ✓ Ответственные за предоставление данных в Орган Регистрации Данных (ОРД).
- ✓ Исключение передаваемых в ОРД данных из под действие соглашения о неразглашении (NDA).

В шпаргалке по ОРД, мы предоставим пример формулировки, которую мы используем в работе.

ШАГ 2

Проходим регистрацию на сайте ОРД

ШАГ 3

Создаем контрагентов

Контрагент — это физическое или юридическое лицо, с которым вы заключили договор. Простыми словами — поставщик или покупатель товаров и заказчик или исполнитель услуг.

Создание контрагента

ФИО *

Иностраный контрагент

Роли * Тип *

(i) Одно из полей "Номер телефона" или "ИНН" должно быть обязательно заполнено

Номер телефона *

ИНН *

Дополнительно

Внешний ID 21popl91vm8-1hs5kacgl

Шаг 4

Загружаем ранее подписанный договор

Важно!

Если вы создаете дополнительное соглашение к договору, то оно проводится в ОРД отдельно.

Создание договора

Серийный номер

Введите серийный номер

Тип * ⓘ

Выберите тип

Комментарий к договору

Краткое описание договора

Родительский договор (только для дополнительного соглашения)

Выберите договор

Заказчик*

Выберите заказчика

Исполнитель*

Выберите исполнителя

Предмет договора *

Выберите предмет договора

Осуществляемые действия (посредничество)

Выберите действия подрядчика

Дата заключения *

ДД. ММ. ГГГГ

Сумма (₽)

Укажите сумму договора

- НДС включён в сумму договора
- Подрядчик обязуется вести учёт креативов
- Деньги поступают от исполнителя заказчику

ШАГ 5
Загружаем креатив, который
будем публиковать и который
указан в приложении к договору

ШАГ 6
После сохранения креатива,
появится идентификатор (токен),
который мы будем размещать на
рекламных материалах

✕ Создание креатива

Маркировка: не присвоена

Название

Введите название

Самореклама

Бренд

Например, «ООО "ВК"»

Категория

Например, «Умная колонка»

Описание

Например, «Вышла умная колонка в новом цвете»

Изначальный договор*

Серийный номер договора...

Коды ОКВЭД (один или несколько)*

Поиск по кодам ОКВЭД

Целевая аудитория

Опишите целевую аудиторию

Тип креатива *

Выберите тип

Тип рекламной кампании *

Выберите тип

Самореклама

Сейчас под «саморекламой» понимается все то же, что и под обычной рекламой. Специфика в том, что объект рекламирования связан с самим собой, со своими товарами, услугами, средствами индивидуализации, результатами интеллектуальной деятельности, мероприятиями.

ФАС пояснила, как отличить рекламу от нерекламы. И там есть четко сформулированное правило, что рекламой не считается информация о товарах, акциях и новостях компании на ее сайте в обычном едином стиле. Ключевой момент — «в обычном едином стиле». Если информация о товарах подана едино, например, это каталог товаров, где все карточки оформлены одинаково, то это не реклама. Но как только одна из карточек выделяется цветом или размером или в каталоге появляется большой баннер с каким-то одним товаром, и при этом она носит не справочный характер, а направлена на привлечение внимания к конкретному продукту, услуге или мероприятию, и ее нужно маркировать.

✕ Создание площадки

Название *

Введите название

Тип *

Выберите тип

Ссылка *

Введите URL

Контрагент*

Выберите связанного с площадкой контрагента

Контрагент является владельцем данной площадки

Дополнительно

Внешний ID

6hb16c8r0c-1hu1fago0

✕ Создание креатива

Маркировка: не присвоена

Название

Введите название

Самореклама

ШАГ 7

Размещаем рекламный токен в тексте рекламного сообщения или поверх изображения/видео

Пример:

Реклама. Сервис Яндекс Маркет предоставляется ООО «ЯНДЕКС» ОГРН 1027700229193, ИНН 7736207543, www.market.yandex.ru erid:2VtzqwyBB74



Реклама. Сервис Яндекс Маркет предоставляется ООО «ЯНДЕКС» ОГРН 1027700229193, ИНН 7736207543, www.market.yandex.ru erid:2VtzqwyBB74



Бар в большом городе ✓
891 тыс. подписчиков

Стать спонсором

Подписаться

👍 6,2 тыс.



➦ Поделиться

✂ Создать клип



336 953 просмотра 9 дек. 2023 г. #барвбольшомгороде #ириначеснокова #drinkandtalkshow

Лови мой любимый шот на Яндекс Маркете: <https://clck.ru/36Cxdu>

Реклама. Сервис Яндекс Маркет предоставляется ООО «ЯНДЕКС» ОГРН 1027700229193, ИНН 7736207543, www.market.yandex.ru erid:2VtzqwyBB74

**A FEW
MOMENTS LATER**

ШАГ 8

Создание акта

Создание акта

Договор акта: № 1558-Дот

Номер акта *

Введите номер акта

Роль заказчика *

Рекламодатель

Роль исполнителя *

Издатель

Дата выставления *

ДД. ММ. ГГГГ

Сумма (Р) *

Укажите сумму акта

НДС включён в сумму акта

Дата начала периода *

ДД. ММ. ГГГГ

Дата окончания периода *

ДД. ММ. ГГГГ

Разаллокация

Изначальный договор с рекламодателем *

№ 1558-Дот

Сумма (Р) *

Укажите сумму акта

НДС включён в сумму акта

Добавить креатив

ШАГ 9

Передача метрик

Сроки:

30 дней месяца, следующего за месяцем размещения, на сдачу акта.

Например:

Публикация была 15 августа 2023, мы должны передать метрики до 30 сентября 2023

Добавление статистики

Креатив*

Выберите креатив

Площадка*

Выберите площадку

Дата начала*

ДД.ММ.ГГГГ

Дата конца*

ДД.ММ.ГГГГ

Количество показов*

Укажите количество

Дополнительно

Внешний ID

vi1f53vj73-1hs5ko6q8

!ВАЖНО!

Если публикация без удаления, то мы должны передавать метрики каждый месяц, до тех пор, пока реклама доступна к просмотру!

Передача метрик

Подготовлены проекты изменений, касающиеся вечной отчетности и размещения токенов. По словам Смелянской, такие изменения позволят сделать для участников рекламного рынка более удобным и доступным процесс предоставления данных и присвоения идентификатора рекламы.

Она также отметила, что с начала 2024 года сумма штрафов в отношении блогеров, посредников и распространителей рекламы за нарушения законодательства составила более 4,5 млн руб. Вынесено 75 постановлений о привлечении к административной ответственности, из них 46 постановлений о привлечении к административной ответственности. Для сравнения, в 2023 году составлено четыре протокола.*

* 14 мая

ТАСС со ссылкой на начальника управления правового обеспечения, международного и общего взаимодействия Роскомнадзора Марию Смелянскую.



ПОСЛЕДСТВИЯ НЕИСПОЛНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА

Ответственность

Специальных мер ответственности на данный момент не предусмотрено
НО есть ст. 14.3. КОАП, предусматривающая ответственность за
нарушение законодательства о рекламе

Возможные меры ответственности в виде штрафа:

- для физ. лиц от 2000 до 2500 руб.
- для должностных лиц от 4000 до 20 000 руб.
- для юр. лиц от 100 000 до 500 000

