



МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА  
ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
(РОСКОНАДЗОР)**

Китайгородский проезд, д. 7, стр. 2, Москва, 109992  
тел./факс: (495) 983-33-93; <http://rkn.gov.ru/>

Директору Объединенной  
Лизинговой Ассоциации

Т.Г. Поздняковой

[ula@assocleasing.ru](mailto:ula@assocleasing.ru)

06.10.2023 № 03-90269

На

О рассмотрении обращения

Уважаемая Татьяна Геннадьевна!

Рассмотрели Ваше обращение по вопросам учета рекламы, распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

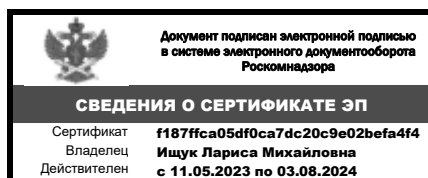
В связи с большим количеством ранее запланированных мероприятий, проведение встречи с представителями Объединенной Лизинговой Ассоциации в настоящее время не представляется возможным.

Ответы на поставленные в обращении вопросы прилагаются.

Приложение: 1 файл.

Заместитель начальника Управления  
организационного развития  
и информационных технологий

Л.М. Ищук





операторов рекламных систем к лицам, обязанным предоставлять информацию о рекламе в Роскомнадзор (далее – Критерии).

Полагаем, что обязанность передачи информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе в Роскомнадзор при необходимости может быть возложена одним участником распространения рекламы на другого исполнителя на основании гражданско-правового договора. Участник рынка заинтересован в возложении обязанности передавать информацию о рекламе в Роскомнадзор на добросовестного исполнителя, гарантирующего выполнении требований статьи 18.1 Закона о рекламе.

При этом участнику рынка, делегирующему обязанность по предоставлению сведений о рекламе другому исполнителю, следует обеспечить наличие у исполнителя необходимой информации (наименование сторон договора, их ИНН, дата и номер договора, данные об исполнении договора, статистику размещения и др.).

Взаимодействие рекламодателей, рекламораспространителей и операторов рекламных систем осуществляется в рамках гражданско-правовых отношений. Такие отношения, в том числе содержание договоров об оказании услуг, регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.05.2022 № 1362-р утвержден Состав информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором.

На основании части 17 статьи 18.1 Закона о рекламе распространение рекламы в сети «Интернет» допускается при условии присвоения оператором рекламных данных соответствующей рекламе идентификатора рекламы. Требования к идентификатору рекламы, его содержанию, порядок и сроки его присвоения, размещения при распространении рекламы в сети «Интернет», хранения и предоставления в Роскомнадзор установлены приказом Роскомнадзора от 30.11.2022 № 191.

Идентификатор рекламы присваивается оператором рекламных данных при наличии сведений об изначальном договоре между рекламодателем и следующим участником цепочки распространения рекламы. Для одного рекламного материала (например, баннера), который будет размещен в неизменном виде на нескольких интернет-площадках, можно получить один идентификатор рекламы при условии, что он распространяется в сети «Интернет» в рамках одного изначального договора между рекламодателем и следующим участником рекламной цепочки.

Согласно пункту 3 Требований присвоение идентификатора рекламы осуществляется оператором рекламных данных незамедлительно до ее распространения в сети «Интернет» после передачи рекламы в программу для электронных вычислительных машин, используемую оператором рекламных данных для установления факта распространения рекламы в сети «Интернет».

Таким образом, для получения идентификатора рекламы достаточно загрузить в сервисе оператора рекламных данных образец рекламного материала (интеграции) и указать данные изначального договора (для собственной рекламы продавца товаров или услуг, размещенной на собственном ресурсе предоставлять сведения о договоре и акте сдачи-приемки услуг не требуется).

Постановлением Правительства Российской Федерации от 28.05.2022 № 974 утверждены правила взаимодействия Роскомнадзора с операторами рекламных данных, включая порядок, формат и сроки предоставления информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе (далее – Правила). Согласно пункту 10 Правил рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем информация о рекламе предоставляется оператору рекламных данных в течение 30 календарных дней после окончания календарного месяца, в котором было осуществлено распространение рекламы в сети «Интернет».

Предоставление информации о рекламе, размещенной в сети «Интернет», осуществляется через специальное программное обеспечение операторов рекламных данных (далее – ОРД), интегрированное с разработанной Роскомнадзором информационной системой «Единый реестр интернет-рекламы» (далее – ИС ЕРИР). Официальный портал системы размещен по адресу: [etir.grfc.ru](http://etir.grfc.ru).

Проверить внесенную в ОРД информацию возможно в личном кабинете участника рынка в ИС ЕРИР. Доступ рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламных систем к ЕРИР осуществляется посредством личного кабинета с использованием подтвержденной учетной записи в федеральной государственной информационной системе «Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме» (Госуслуги). Пользователям ИС ЕРИР не требуется совершать дополнительных действий по регистрации в системе.

Пользователю в личном кабинете ИС ЕРИР доступна только та информация, в части которой он является стороной договора. Данные по рекламным материалам (креативам) доступны только их владельцам (рекламодателям).

Краткая инструкция о необходимых действиях по учету интернет-рекламы размещена на сайте Роскомнадзора в разделе «Учет интернет-рекламы».

## *2. Если заключать договор с ОРД, то как выбрать компанию?*

В октябре 2022 года Комиссия по отбору оператора рекламных данных, состав которой утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 21.09.2022 № 2722-р, выбрала 7 компаний, которым был присвоен статус ОРД.

Реестр ОРД опубликован на сайте Роскомнадзора: <https://rkn.gov.ru/register-ord/register/>.

Участнику рынка необходимо ознакомиться с порядком и условиями оказания услуг ОРД, зарегистрироваться на сайте ОРД, принять договор оферты.

*3. Правильно ли мы понимаем, что маркировке подлежат все информационные материалы на сайте, которые попадают под понятие «реклама»: баннеры, одностраничные лендинги, SEO-тексты, релизы, тизеры и т.д.?*

Оценка информации на предмет её отнесения к рекламе или информации, не являющейся рекламой, осуществляется Федеральной антимонопольной службой.

Идентификатор присваивается каждому рекламному материалу (это может быть баннер, текстово-графический блок, видеоролик и т.д.).

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.05.2022 № 1362-р утвержден Состав информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором.

Согласно подпункту «а» пункта 1 Состав информации не требуется предоставление информации о рекламе о собственных товарах рекламодателей, рекламодателей, операторов рекламных систем, распространяемой рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем и (или) лицами, входящими в одну группу лиц с такими рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем, посредством ее направления на адреса электронной почты (email-рассылки), а также в виде электронных сообщений (push-рассылки), направляемых с использованием сети «Интернет» группам пользователей.

Такая реклама не подпадает под регулирование статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) поскольку не является рекламой, размещенной в сети «Интернет», а направляется пользователю посредством сети «Интернет» и подпадает под определение рекламы, распространяемой посредством сетей электросвязи.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламной рассылки, при этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено.

Таким образом, получать идентификатор рекламы на рекламные материалы соответствующие вышеуказанным критериям и направляемые посредством email-рассылок, push-уведомлений, а также с использованием сервисов мгновенного обмена сообщения с конкретными пользователями, давшими предварительное согласие на их получение, и передавать данные в Роскомнадзор не требуется.

Для остальных рекламных интернет-форматов требуется получение идентификатора рекламы и передача сведений в ИС ЕРИР.

*4. В целом интересует порядок действий с нашей стороны, чтобы мы продолжили корректно размещать материалы на сайте без нарушения закона.*

Перед размещением рекламы участнику рынка необходимо (1) обратиться к оператору рекламных данных, (2) зарегистрировать договор и предоставить рекламный креатив, (3) получить идентификатор рекламы, (4) опубликовать рекламный креатив с полученным идентификатором, (5) в течение 30 дней по окончании месяца размещения рекламной информации в сети «Интернет» передать информацию о статистике показов и об исполнении услуг по договору (при наличии по окончании месяца закрывающих документов).

*5. Кто-то, например, сам Яндекс.Директ использует для маркировки своих объявлений внутренние ID, кто-то токены. Просим уточнить правильный порядок действий. По внутренним ID невозможно получить какую-то информацию из ЕРИР.*

Требования к идентификатору рекламы, его содержанию, порядок и сроки его присвоения, размещения при распространении рекламы в сети «Интернет», хранения и предоставления в Роскомнадзор установлены приказом Роскомнадзора от 30.11.2022 № 191.

Идентификатор присваивается каждому рекламному материалу (это может быть баннер, текстово-графический блок, видеоролик и т.д.). Применение идентификатора рекламы осуществляется путём присоединения идентификатора рекламы к указателю страницы сайта в сети «Интернет» в виде: [https://site.ru/?erid=base58\(protobuf\)](https://site.ru/?erid=base58(protobuf)), где «site.ru» - наименование сайта в сети «Интернет», а «erid» - наименование идентификатора рекламы, который передается серверу посредством ссылки.

В случае невозможности размещения идентификатора рекламы путем присоединения к указателю страницы сайта в сети «Интернет», идентификатор рекламы размещается в начале текстового блока, поверх текстово-графического блока, в начале и (или) поверх видеоролика в виде пометки. Идентификатор рекламы, содержащийся в пометке, должен быть доступен для визуализации, в том числе посредством использования программных средств.

Идентификатор рекламы присваивается оператором рекламных данных при наличии сведений об изначальном договоре между рекламодателем и следующим участником цепочки распространения рекламы. Для одного рекламного материала (например, баннера), который будет размещен в неизменном виде на нескольких интернет-площадках, можно получить один идентификатор рекламы при условии, что он распространяется в сети «Интернет» в рамках одного

изначального договора между рекламодателем и следующим участником рекламной цепочки.

Согласно пункту 3 Требований присвоение идентификатора рекламы осуществляется оператором рекламных данных незамедлительно до ее распространения в сети «Интернет» после передачи рекламы в программу для электронных вычислительных машин, используемую оператором рекламных данных для установления факта распространения рекламы в сети «Интернет».

При использовании рекламных сетей ООО «Яндекс» для размещения рекламы в сети «Интернет» ООО «Яндекс ОРД» обеспечивает автоматизированную передачу сведений о размещаемой рекламе в Роскомнадзор при соблюдении контрагентом условий договора. В таких случаях Идентификатор рекламы обычно размещается в зашифрованном виде в кликовой ссылке, ведущей на ресурс рекламодателя, и дополнительно может размещаться в меню рекламного объявления (AdChoice).

Ссылка может быть проверена на наличие идентификатора рекламы с помощью специального сервиса «Проверка идентификатора рекламы» ИС ЕРИР, который доступен всем пользователям после авторизации. С его помощью можно определить зарегистрирована ли реклама в ИС ЕРИР, соответствует ли размещаемая реклама переданным данным (рекламодатель, содержание рекламы).

В рекламных системах ООО «Яндекс» для маркировки рекламных объявлений дополнительно к идентификатору рекламы, интегрированному в кликовую ссылку, применяются внутренние ID. Это не противоречит нормативным правовым актам и является частным решением ООО «Яндекс».

*6. Просим дать разъяснения по конкретным примерам непонимания ситуации с маркировкой. Просим уточнить, какие действия требуются от лизинговой компании. Необходимо отметить, что поддержка Яндекса игнорирует запросы. Требуется ли переписывать интеграции на какой-нибудь ОРД ВК или предпринимать действий никаких не нужно?*

По представленным в Вашем обращении примерам проведена проверка через сервис «Проверка идентификатора рекламы» ИС ЕРИР.

В ИС ЕРИР отображаются следующие сведения:

Идентификатор рекламы	Рекламодатель	ИНН рекламодателя	Описание объекта рекламирования
Y1jgkD79VtBHEZmvQSkKF9198Zr6	ООО «ЛК ЭВОЛЮЦИЯ»	9724016636	Выгода до 950000 Р
Y1jgkD79Vt9MpaXZnFZFQR1j8VvC	-	7325124636	ЖК Сиреневый
Y1jgkD79Vt9XdiwwDcAiHy7BAsZd	АО «ЭНЕРГОСБЫТ ПЛЮС»	5612042824	Статья «ЭнергосбыТ Плюс»: пришла... (далее по тексту)



*И каким типом креатива является страница на сайте, состоящая из баннера и текстовых блоков? Баннер, текст, текстово-графический блок, иное? Такой же вопрос относительно поста в Telegram-канале, состоящего из текста и фото техники (канал по реализации изъятой техники).*

«Поверх текстово-графического блока» означает, что идентификатор рекламы размещается в составе графической или текстовой части креатива.

Страница на сайте, если она посвящена целиком одному объекту рекламирования, является креативом с типом «иное».

Если пост в социальной сети или в сервисе обмена мгновенными сообщениями состоит из текста и фото, которые относятся к одному объекту рекламирования, то рекомендуем выбрать при регистрации креатива в сервисе ОРД тип «текстово-графический блок».

*9. Если компания планирует перейти на другой ОРД, то возможно ли технически перенести все старые данные из одного ОРД в другой? Например, у нас есть вечные посты в Telegram-канале, за которые мы будем ежемесячно отчитываться. Получается, мы привязаны к текущему ОРД.*

Перенос данных из одного ОРД в другое не предусмотрен. Передача данных о статистике показов возможна только тем лицом и в том ОРД, где был получен идентификатор рекламы.

При необходимости прекращения договорных отношений с ОРД все данные необходимо будет внести в сервисе другого ОРД повторно (зарегистрировать контрагентов, договора, площадки и т.д.). При этом опциональной возможности передать статистику по креативам, зарегистрированным в другом ОРД не будет.

*10-15. Просим составить подборку конкретных примеров-скриншотов с сайтов ЛК, где однозначно нужна маркировка? Просим составить аналогичную подборку по официальным группам ЛК в ВКонтакте? Просим дать разъяснения по конкретным примерам подачи информации. Являются ли саморекламой рекламно-информационные материалы лизинговой компании, размещенные на собственных ресурсах? Требуется ли маркировка данных материалов и передача сведений о них в ЕРИР? Если маркировка требуется, то распространяется ли это требование на архивные рекламно-информационные публикации, размещенные до 01.09.2023? Будут ли являться рекламой и подлежать маркировке сведения об акциях, скидках, размещенные на сайте/соцсетях самой кампании? В отношении подобных материалов, по каким критериям будут разграничиваться рекламные и информационные материалы?*

Роскомнадзор в рамках имеющихся полномочий не проводит оценку информации на предмет её отнесения к рекламе, а ведет учет, хранение и

обработку информации о рекламе, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, распространенной в сети «Интернет».

Оценка информации на предмет её отнесения к рекламе или информации, не являющейся рекламой, осуществляется Федеральной антимонопольной службой (ФАС России) в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

В случае если размещаемая информация подпадает под определение термина «реклама» и направлена на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, сведения о такой рекламе необходимо направлять в Роскомнадзор через операторов рекламных данных.

В случае если информация, размещенная в сети «Интернет», подпадает под определение термина «реклама», сведения о такой рекламе должны направляться в Роскомнадзор вне зависимости от формата интернет-рекламы.

Положения статьи 18.1 Федерального Закона о рекламе вступили в действие с 1 сентября 2022 года.

В случае если реклама размещена в сети «Интернет» до 1 сентября 2022 года и договорные обязательства по её размещению исполнены до этой даты, то на неё не распространяются положения статьи 18.1 Закона о рекламе. Реклама, которая продолжает размещаться в сети «Интернет» после 1 сентября 2022 года должна иметь идентификатор рекламы, сведения о такой рекламе должны направляться в Роскомнадзор через операторов рекламных данных.

*16. Компания публикует рекламные пресс-релизы с информацией об акциях и выгодных предложениях. Указанные пресс-релизы промаркированы, но ним регулярно подается отчетность. Однако указанные рекламные материалы регулярно без согласования публикуют (репостят) сторонние СМИ и Telegram-каналы. Указанные СМИ и Telegram-каналы не подают отчетность. Будет ли компания нести ответственность за распространение подобной рекламы?*

В соответствии с Федеральным законом от 24.06.2023 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» меры административной ответственности за неисполнение обязанностей, закрепленных в статье 18.1 Закона о рекламе, будут применяться к участникам рекламного рынка с 1 сентября 2023 года.

Определение лица, виновного в совершении административного правонарушения, будет осуществляться в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении по конкретному случаю правонарушения.