

Актуально на 14 сен 2023

## Как рекламировать услуги учреждения культуры по требованиям закона о рекламе

Игорь Новиков, ученый секретарь Московской губернской универсальной библиотеки, член Гильдии маркетологов, член Национальной библиотечной ассоциации

В Системе Культура появился обзор новых требований к интернет-рекламе. С сентября нужно в обязательном порядке маркировать онлайн-рекламу и передавать данные в Роскомнадзор. Узнайте, как размещать рекламу учреждения в интернете и не получить штраф.

### Требования к интернет-рекламе

1 сентября 2022 года вступил в силу [Федеральный закон от 02.07.2021 № 347-ФЗ](#), согласно которому интернет-реклама подлежит обязательной маркировке и учету в Едином реестре интернет-рекламы, созданном Роскомнадзором. С 1 сентября 2023 за нарушение требований, частичное или полное, грозит штраф.

### Что изменилось с 1 сентября 2023 года

Роскомнадзор, ФАС и ФНС решили контролировать всю цифровую рекламу. Для этого обязали учреждения [подавать сведения](#) о каждом объявлении, [получать токены](#) для отслеживания и [маркировать рекламу](#). Эти изменения коснулись всех, кто размещает рекламу в интернете, в том числе учреждений культуры. За нарушения [грозят штрафы](#) до 500 000 руб.

### Учреждение получает инструменты контроля рекламы через ЕРИР

**Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР)** – система учета под руководством Роскомнадзора, в которой хранятся сведения о каждой интернет-рекламе, предназначенной для показа на территории России: информация об объекте рекламы, данные о рекламодателе и остальных участниках рекламного процесса, потраченном бюджете, объемах показов и сроках размещения.

Что дает размещение в ЕРИР:

- учреждение контролирует потраченный на рекламу бюджет;
- рекламодатель отслеживает весь путь рекламного объявления;
- объявление в ЕРИР гарантирует соблюдение закона о рекламе.

Информация хранится в ЕРИР в течение 5 лет.

## **Ситуация**

Кто увидит мои объявления и информацию по ним в Едином реестре интернет-рекламы?

Вы увидите только сведения о вашей рекламе. А доступ к отдельной информации о ней получают контрольные органы:

- Роскомнадзор – ко всем данным об объявлении;
- ФАС – к содержанию объявлений и статистикой;
- ФНС – к договорам и закрывающим документам к ним;
- рекламные агентства – к данным по заключенным с ними договорам.

**Учреждение должно заключить договор с оператором рекламных данных или посредником**

**Операторы рекламных данных (ОРД)** уполномочены собирать данные у всех участников размещения рекламы, обрабатывать их и передавать в **ЕРИР**, используя специально разработанное программное обеспечение.

**ОРД** участвуют в процессе маркировки – до публикации объявления выдают специальный **ID (токен)**, нужный для поиска информации о конкретной рекламе в едином реестре.

Что делают операторы рекламных данных:

- передают данные о рекламе в ЕРИР;
- предоставляют удобный интерфейс для подачи данных;
- регистрируют объявления и присваивают им токены.

Учреждение не может само передать информацию в ЕРИР. Поэтому заключение договора с ОРД является обязательным. Но можно заключить его через посредника, например, рекламное агентство.

## Внимание

ОРД вправе назначать плату за свои услуги

Закон не запрещает операторам брать комиссию за сбор и передачу данных в ЕРИР. Так, с 1 июля, «Первый ОРД» установил плату за свои услуги – минимальный ежемесячный платеж составляет 5000 рублей. «Медиаскаут» оценил свои услуги в 1% от суммы зарегистрированных через него бюджетов рекламы. Остальные операторы о введении тарифов не сообщали.

## Учреждение должно получить токен на каждое объявление

**Токен** – индивидуальный идентификатор (ID), состоящий из комбинации 32 букв и цифр. Находится в параметрах ссылки на объявление и в меню AdChoice. Позволяет отслеживать конкретное объявление, является гарантом того, что реклама есть в ЕРИР.

Как выглядит токен и какую информацию он содержит, смотрите на рис. 1 ([приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 N 64](#)).

**Рис. 1.** Вид и содержание рекламного токена.

ДДММГГXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXЧ

Дата создания токена

Месяц создания токена

Год создания токена

Учетный номер рекламы ОРД

Контрольное число

## **Внимание**

Без токена реклама не опубликуется

Токен присваивается объявлению до публикации – без него реклама не может быть запущена.

### **Учреждение должно маркировать рекламу**

**Маркировка рекламы** – это комплекс всех предыдущих действий, в результате которых объявление публикуется со следующими реквизитами:

- пометка «Реклама»;
- индивидуальный идентификатор (токен);
- указание на рекламодателя или ссылки на интернет-страницу, содержащую информацию о нем.

Маркировать придется всю интернет-рекламу за редким исключением. Чтобы не попасть на штраф, посмотрите, какую рекламу можно не маркировать в таблице 1.

**Таблица 1.** Рекламу какого формата нужно и не нужно маркировать.

---

**Требуется маркировать**

- баннеры
- карусель
- аудиорекламу
- гиперссылки
- рекламные посты в социальных сетях
- видеоролики/трансляции
- текстовые блоки
- рекламу у блогеров
- рассылки не по своей базе
- ссылки в SEO-статьях
- QR-коды

---

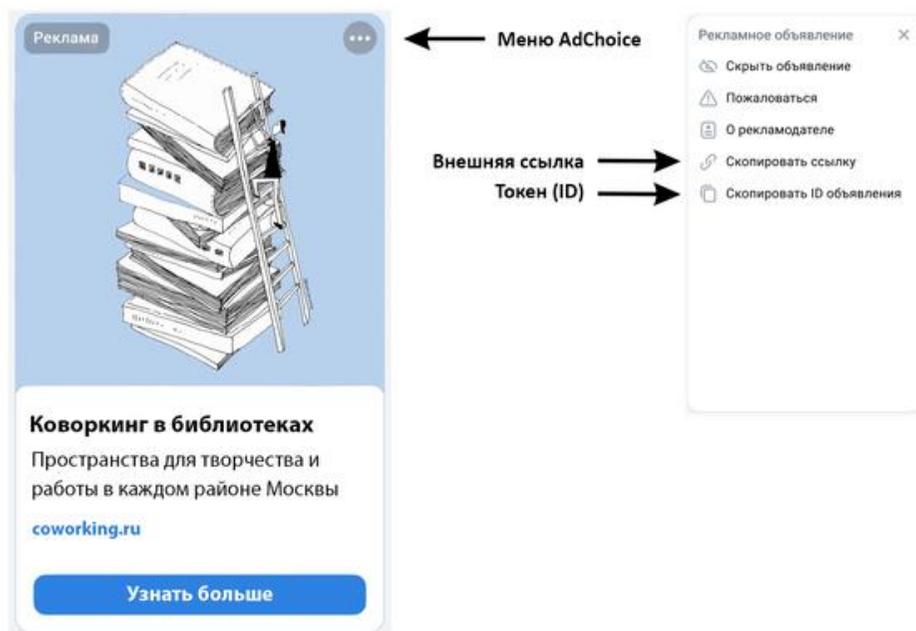
**Не требуется маркировать**

- социальную рекламу
  - email-рассылки о собственных услугах
  - push-уведомления о собственных услугах
  - рекламу в составе теле- и радиопередач, которая в интернете отображается без изменений по сравнению с первоисточником.
- 

## **Пример**

Как выглядит реклама с маркировкой В контакте

Реклама располагается в одном из специальных блоков сайта и содержит информацию о рекламодателе, пометкой «реклама» и сам креатив. Вся обязательная информация скрыта в меню, которое всплывает при нажатии на три точки.



## Как накажут за отсутствие маркировки

С 1 сентября вступила в силу ответственность за несоблюдение правил о маркировке и учете интернет-рекламы. Размер штрафов зависит от вида нарушения.

## Нарушения порядка подачи отчетности в ЕРИР

Штраф назначат, если ответственный за маркировку:

- не подал информацию о рекламе
- не уложился в срок (30 дней после размещения рекламы)

- представил ложную, неполную или неактуальную информацию

#### **Размер штрафа за подобные нарушения:**

- для физлиц – от 10 до 30 тысяч рублей
- для должностных лиц от 30 до 100 тысяч рублей
- для юрлиц – от 200 до 500 тысяч рублей

#### **Нарушения, которые связаны с маркировкой**

Штраф назначат, если:

- токен не добавили к рекламе
- токен вообще не получили

#### **Размер штрафа за отсутствие маркировки:**

- для физлиц – от 30 до 100 тысяч рублей
- для должностных лиц – от 100 до 200 тысяч рублей
- для юрлиц – от 200 до 500 тысяч рублей

#### **Внимание**

Штрафы суммируются

Если совершить несколько нарушений одновременно, то заплатить придется за каждое из них. Например, учреждение может получить штраф за нарушение закона о маркировке рекламы до 2,5 млн рублей, если пять рекламных публикаций были опубликованы без токена.

Кроме Роскомнадзора к данным ЕРИР имеют доступ налоговая и антимонопольная службы. В случае выявления каких-либо нарушений они будут действовать согласно [п.1 ст. 14.3 КоАП РФ «Нарушение законодательства о рекламе»](#) и наложат штраф:

- для физлиц (ИП, самозанятых и частных лиц) – от 2 000 до 2 500 рублей;
- для должностных лиц – от 4 000 до 20 000 рублей;
- для организаций – от 100 000 до 500 000 рублей.

## Применение требований

Чтобы рекламировать учреждение по всем правилам, [назначьте ответственного приказом](#) и предоставьте ему доступ в личный кабинет Единого реестра интернет-рекламы. Делегируйте обязанность передавать данные в Роскомнадзор рекламной системе или посреднику. Для этого пропишите требование в договоре или попросите включить в оферту.

### Этапы введения новых требований



**Этап налаживания взаимодействия – завершился 30 сентября 2022 года**

Определены кандидаты в операторы рекламных данных. Объявления требуется маркировать по установленным законом правилам.



### **Переходный этап – с 1 по 31 октября 2022 года**

Специальная комиссия Роскомнадзора утвердила окончательный перечень ОРД. Участники рекламного процесса регулярно взаимодействуют по установленным законом требованиям.



### **Заключительный этап – с 1 сентября 2023 года**

За нарушение правил маркировки и учета рекламы наступает ответственность.

## **Кого назначить ответственным**

Назначьте ответственным за изучение и соблюдение требований сотрудника, который уже занимается продвижением учреждения в интернете – это может быть администратор, художественный руководитель, сотрудник отдела мероприятий или тот, кто ведет официальные группы в социальных сетях.



[Скачайте приказ](#) о назначении ответственного за маркировку

Чтобы сотрудник, ответственный за рекламу, получил доступ к Единому реестру и мог контролировать верность данных - добавьте его [в кабинет организации на «Госуслугах»](#). Учтите, что:

- добавлять новых сотрудников может только [руководитель учреждения](#) или работник с правами [администратора учетной записи](#);

- сотрудник должен иметь [подтвержденную учетную запись физлица](#).

## Ситуация

Как открыть доступ к личному кабинету организации ответственному за рекламу

Чтобы отправить приглашение сотруднику:



Перейдите во вкладку «Организации», выберите организацию, нажмите «Подробнее», затем «Сотрудники»



На странице со списком сотрудников нажмите «Пригласить нового сотрудника»



Внесите данные сотрудника:

- ФИО
- адрес электронной почты
- СНИЛС



Нажмите «Пригласить»

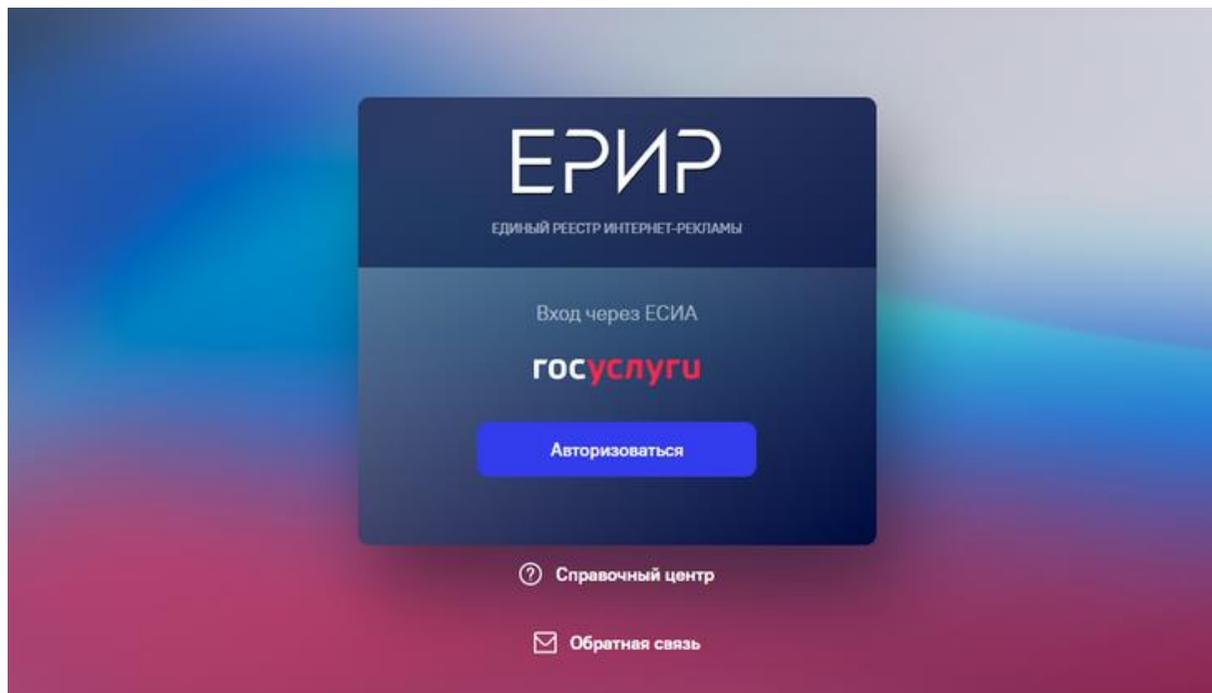
Сотрудник получит ссылку на электронную почту. Перейдет по ссылке, авторизуется на Госуслугах и присоединится к организации во вкладке «Организации». Информация о нем появится в списке сотрудников организации. Пригласительная ссылка активна 60 суток с момента получения. Воспользоваться приглашением можно только один раз.

Поручите ответственному сотруднику отслеживать в ЕРИР объявления, проверять, правильно ли расходуются средства и получать другую статистику. Так вы удостоверитесь, что не нарушаете законодательство о рекламе.

## **Ситуация**

Как зайти в личный кабинет ЕРИР и найти свое объявление

Чтобы получить доступ к данным о рекламе, авторизуйтесь через Госуслуги на сайте [ЕРИР](#). Для этого воспользуйтесь инструкцией:



Зайдите на сайт и авторизуйтесь через Госуслуги

× ЕРИР

 Мои договоры

 Мои креативы

каловать!

## ЫЙ РЕЕСТР ИТЕТ-РЕКЛАМЫ

о интернет-рекламы обеспечивает возможность  
эти организаций, осуществляющих деятельность в  
мы и рекламных материалов, распространяемых в

сылки для перехода

Выберите информацию, которую хотите  
увидеть

Исполнитель

Заказчик

Фильтр

МОИ ДОГОВОРЫ ⓘ

**Фильтр** ✕

ИНН Заказчика  
Введите данные

Заказчик  
Введите данные

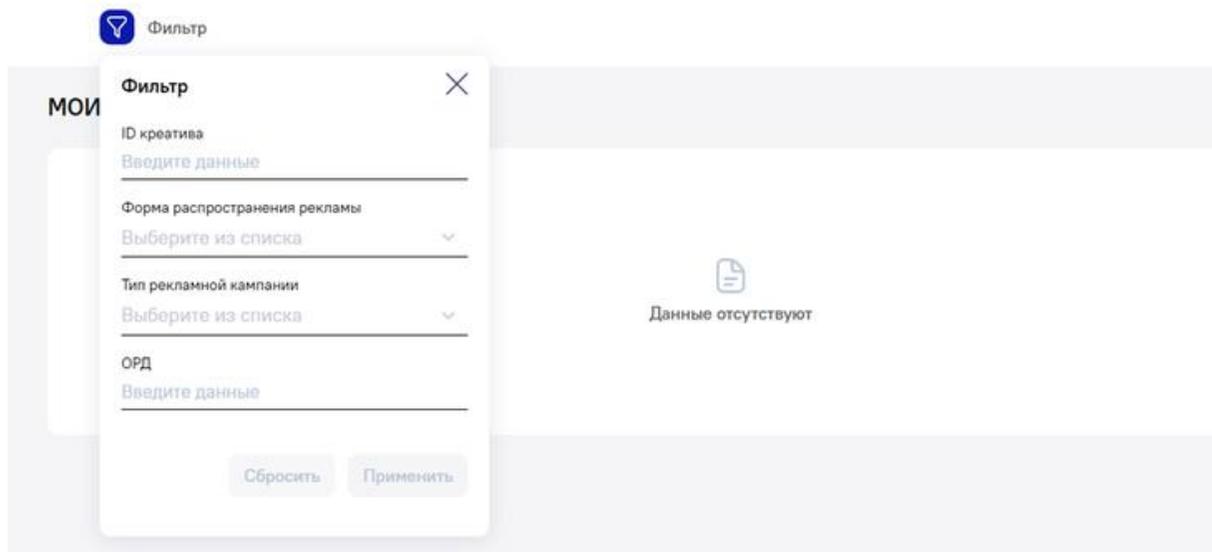
Номер договора  
Введите данные

**Дата договора**

С По  
Выберите дату  Выберите дату

Сбросить Применить

Используйте фильтры – это упрощает поиск данных



Чтобы увидеть данные конкретного объявления – введите его ID

## Как передавать данные

Закон требует отправлять данные об интернет-рекламе в Роскомнадзор дважды ([Распоряжению Правительства РФ от 30 мая 2022 №1362-р](#)):



### До публикации объявления – для регистрации и получения токена:

- данные о рекламе: описание объекта рекламы; образец креатива;
- сведения о рекламодателе: ИНН, ОГРН, полное и сокращенное наименование, место нахождения и юридический адрес;
- данные о договоре на рекламу: предмет; дата; стоимость и объем;

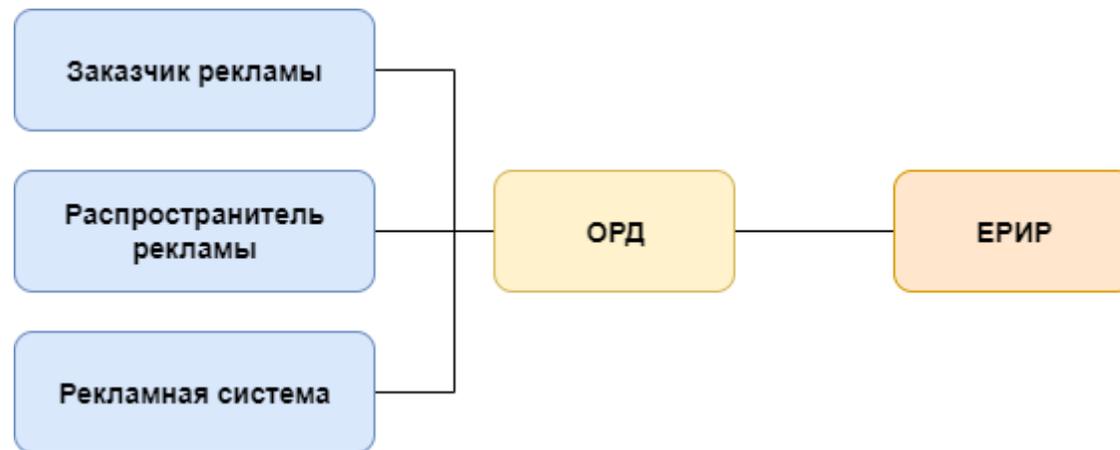
**В течение 30 календарных дней после окончания месяца публикации – для отчета о затратах и охвате:**



- данные по актам о распространении рекламы, включая цены;
- данные обо всех участниках размещения рекламы и договорам между ними;
- срок размещения рекламы или дата начала рекламной кампании;
- информация о распределении показов рекламы на интернет-ресурсах;
- параметры аудитории рекламы с учетом пола, возраста, территории проживания;
- статистика о показах с детализацией по каждой площадке и каждому объявлению.

Данные нельзя передавать напрямую – только через ОРД. При этом закон не запрещает учреждению делегировать обязанность собирать и передавать данные в ОРД другим участникам размещения рекламы в интернете.

**Схема.** Кто может передавать данные в ОРД



Заказчик рекламы

Заказчик рекламы

Распространитель  
рекламы

[Not supported by viewer]

## Рекламная система

Рекламная система

ОРД

ОРД

ЕРИР

ЕРИР

### Передача данных при размещении рекламу через рекламную систему

**Рекламная система** – площадка, которая предоставляет функционал для размещения рекламы, доводит ее до целевой аудитории, собирает статистику о показах. Пример таких систем: Яндекс.Директ, рекламный кабинет В Контакте.

Крупные рекламные системы заранее подготовились к новым требованиям закона и создали собственные ОРД. Для соблюдения закона учреждению не требуется заключать никаких отдельных договоров – укажите в рекламном кабинете юридическую информацию, а маркировкой и отчетами автоматически будет заниматься ОРД рекламной системы.

### Пример

Как передавать информацию о рекламе В Контакте

Компания «В Контакте» разработала собственную ОРД VK. Чтобы соблюсти требования закона, [предоставьте дополнительную информацию](#) об учреждении. В остальном работайте с рекламным кабинетом как обычно. Маркировку рекламы и передачу данных в ЕРИР берет на себя площадка.

Где и какую информацию предоставить:

Личный кабинет

Кампании

Бюджет

Статистика

Ретаргетинг

Приложения

Настройки

Таргетинг > Настройки

Настройки кабинета

Название кабинета: Не задано

Номер кабинета: 1605138862

Тип кабинета: Кабинет пользователя

Юр информация: Не заполнена **Редактировать**

Настройки доступа

На этой странице вы можете назначить дополнительных администраторов или наблюдателей для вашего личного кабинета:

- Администраторы могут создавать и редактировать объявления и кампании, а также просматривать статистику. Администраторы не могут назначать новых администраторов и просматривать раздел «Бюджет».
- Наблюдателям доступен только просмотр и экспорт статистики.

В разделе настроек рекламного кабинета заполните поле с юридической информацией – укажите ИНН, тип организации, номер телефона.

Сохраняя объявление, вы безоговорочно принимаете Правила размещения рекламных объявлений.

Отправить данные в ОРД ?

Создать объявление

Отмена

Когда создаете объявление, поставьте галочку в поле «Отправить данные в ОРД» тогда площадка направит данные ЕРИР автоматически. Оферту вы принимаете в момент создания объявления.

## Пример

Как передавать информацию о рекламе в Яндекс.Директ

Если размещаете рекламу через Яндекс.Директ, воспользуйтесь видеоинструкцией. В ней специалисты площадки разъясняют, какие данные нужно указать в личном кабинете.

**Передача данных при размещении рекламы с помощью посредника**

**Посредник** – это организация или физическое лицо, оказывающее учреждению услуги по продвижению. В роли посредника может выступать рекламное агентство, фрилансер или сервис автоматизации рекламы.

Внесите в договор пункт об обязанности посредника передавать нужную информацию в ЕРИР – так вы снимите ответственность за передачу данных с учреждения.



[Скачайте шаблон](#) дополнительного соглашения с посредником

Укажите в дополнительном соглашении, что посредник обязан:

- передавать данные о рекламе учреждения в ЕРИР через ОРД;

- получать токен до размещения рекламы, обеспечить его наличие в рекламном объявлении;
- маркировать рекламу по установленным законом требованиям;
- отчитываться о рекламе в ЕРИР через ОРД в срок, не позднее 30 календарных дней, следующих за месяцем размещения рекламы.

## Внимание

Добавьте в договор пункт об ответственности сторон

Пропишите, кто обязан оплачивать штрафы, возникшие из-за того, что какая-то из сторон не выполнила обязательства в срок и обезопасить учреждение.

Чтобы ориентироваться в определениях сторон договора и четко разграничить обязанности, сохраните таблицу с участниками рекламного процесса и их задачами.

**Таблица 2.** Участники рекламного процесса.

Участник	Чем занимается	Пример
<b>Рекламодатель</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• заказывает рекламу;</li> <li>• решает, что и где будет публиковаться;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• любое учреждение культуры;</li> <li>• министерство, департамент;</li> <li>• ИП или самозанятый руководитель студии;</li> <li>• сотрудник как частное лицо.</li> </ul>
<b>Распространитель рекламы, посредник</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• размещает рекламу;</li> <li>• распространяет объявление;</li> <li>• доводит до целевой аудитории.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• рекламное агентство «Креотиф»;</li> <li>• СМИ – группа Актион;</li> <li>• блогер Karelian Tourist;</li> </ul>

Участник	Чем занимается	Пример
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• аудиовизуальные сервисы – площадка для подкастов Mave;</li> <li>• новостные агрегаторы – РИА;</li> <li>• телеграм-канал <a href="#">Помощник культурного руководителя</a>;</li> <li>• поисковая система – Mail.ru.</li> </ul>
<b>Рекламная система</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• предоставляет функционал для запуска рекламы;</li> <li>• собирает статистику показов рекламного объявления.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Яндекс.Директ;</li> <li>• рекламный кабинет Вконтакте;</li> <li>• MyTarget.</li> </ul>
<b>Оператор рекламных данных (ОРД)*</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• выступает посредником между участниками рекламного процесса и базой ЕРИР Роскомнадзора</li> <li>• генерирует и выдает токен;</li> <li>• маркирует рекламу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Ozon ОРД</a>;</li> <li>• <a href="#">МедиаСкаут</a>;</li> <li>• <a href="#">1ОРД</a>;</li> <li>• <a href="#">ОРД-А</a>;</li> <li>• <a href="#">ОРД Яндекса</a>;</li> <li>• <a href="#">ОРД VK</a>.</li> </ul>

Скачайте и утвердите приказом по учреждению схему взаимодействия, чтобы соблюсти требование законодательства.

**Схема.** Как организовано взаимодействие между участниками рекламы.



[Not supported by viewer]

[Not supported by viewer]

[Not supported by viewer]

[Not supported by viewer]

ОРД

[Not supported by viewer]

[Not supported by viewer]

ЕРИР

[Not supported by viewer]

Публикация  
рекламы с токеном

Договора и  
акты

Информация по  
договорам и актам

**ОРД**

Данные о рекламодателе, информация об объявлении

Токен

**ЕРИР**

Все данные, кроме самого объявления



[Скачайте схему](#) взаимодействия между участниками рекламы

**Ответы на частые вопросы**

**Ситуация**

Можно подавать информацию в ЕРИР самостоятельно, без участия ОРД?

Нет, нельзя.

Передавать данные о рекламе в Роскомнадзор может только ОРД. Оператор собирает сведения о рекламе, обрабатывает и направляет в ЕРИР через специальный программный интерфейс.

### **Ситуация**

Может ли учреждение контролировать верность переданных в ЕРИР данных?

Да, может.

Получите доступ в [личный кабинет ЕРИР](#) через Госуслуги и отслеживайте информацию о рекламе учреждения в интернете – статистику, затраты и договоры.

### **Ситуация**

Нужно ли маркировать информацию об услугах учреждения на официальном сайте?

Нет, информация об учреждении на его же сайте – не реклама.

Есть исключение! Когда информация размещена так, что специально привлекает внимание, она может быть признана рекламой. Например: баннер, плавающая кнопка, всплывающее окно.

### **Ситуация**

Как узнать, сколько стоят услуги ОРД?

Пока большинство операторов работают на бесплатной основе. Законодательство не запрещает ОРД устанавливать плату за услуги. Тарификацию компания разрабатывает самостоятельно и размещают на своих сайтах.

## **Ситуация**

Нужно ли маркировать посты в официальных группах учреждения в социальных сетях?

Нет, в таком случае маркировка не нужна.

Если учреждение рассказывает об услугах в собственных аккаунтах, то это не считается рекламой. Под требования к маркировке попадут только посты в сторонних аккаунтах.

## **Ситуация**

Что делать, если учреждение хочет опубликовать рекламу в чьем-то блоге?

Необходимо заключить договор с владельцем блога, указав, кто будет передавать данные в ЕРИР через ОРД.

Если эту обязанность берет на себя блогер – предоставьте ему нужные для отправки в Роскомнадзор сведения. Если передавать данные будет учреждение, придется [заключить договор с ОРД](#), [получить токен](#) и [вовремя загрузить отчет](#).

© Материал из Справочной системы «Культура»

<https://vip.1cult.ru>

Дата копирования: 14.09.2023