

НИКАКИХ ШУТОК. ИЗМЕНЕНИЯ В РЕКЛАМЕ: НОВЫЕ ЗАПРЕТЫ И СБОРЫ

С сегодняшнего дня интернет-реклама будет облагаться 3% отчислениями в бюджет.

Кто платит сбор?

- Рекламораспространитель.
- Рекламный агент и т.п. посредники.
- Рекламодатель из РФ, если рекламу распространяет иностранец – тогда сбор можно удержать из его вознаграждения.

Всю информацию государство узнает из данных, переданных при маркировке рекламы в Единый реестр интернет-рекламы.

Сумма сбора отобразится примерно как штраф в Госуслугах. Оплатить сбор нужно по итогам квартала, т. е. информация о первых платежах будет в августе. Детали урегулирует [Постановление Правительства](#), которое уже в разработке.

Что делать?

- Если вы рекламируетесь в ВК или Яндексe, готовьтесь к подорожанию рекламы на 3%.
- Если вы любите маркировать «саморекламу» и всякие кросс-промо, подумайте, не завышаете ли вы стоимость рекламы.
- Если вы – посредник, перейдите на модель агентирования и выделяйте накладные расходы на рекламу. Это даст шанс уменьшить базу для 3% сбора.

Приняты запреты для интернет-рекламы на запрещенных ресурсах. Они вступят в силу с 1 сентября 2025 г.

Где запрещается размещать рекламу:

- На ресурсах нежелательных организаций, например, определенные СМИ.
- На экстремистских ресурсах, включая запрещенные соцсети.
- На ресурсах, признанных террористическими.
- На других ресурсах, которые были заблокированы по закону, в т. ч. LinkedIn и Twitter.

Важные нюансы

Позиция ФАС о том, что заблокированные соцсети находятся вне сферы действия ФЗ «О рекламе» (т. к. к ним нет доступа российской аудитории), похоже, утратит актуальность.

Это не значит, что нужно удалять аккаунты в запрещенных соцсетях, – в них даже можно рассказывать про свои продукты. Но следует с вниманием относиться к тонкой грани между «информированием» и «рекламой».

В зоне повышенного риска:

- Реклама у блогеров.
- Коллаборации с другими брендами.

При этом нативные интеграции под действие новых ограничений не подпадают.

Обратите внимание на то, что уже опубликованные рекламные материалы могут рассматриваться как длящееся нарушение.

Рекомендуем провести аудит размещенной рекламы до 1 сентября, когда закон вступит в силу.

Изменения, касающиеся рекламных рассылок и массовых обзвонов

Вносятся изменения в Закон о связи, однако они коснутся не только операторов связи, но и других участников рынка.

Ключевые ограничения

1. В отдельное требование выделено получение согласий абонента на массовые и автоматические звонки. Наличие согласия будет доказывать компания-заказчик или сам оператор связи для звонков по своей инициативе.

Вопросы без ответа:

- Что будет признаваться массовыми вызовами – подпадут ли под это любые рекламные звонки или опросы по большому количеству абонентов.
- Подойдет ли текущее согласие на рекламу для доказывания согласия на массовые вызовы, так как в законе прямо упоминается согласие на получение массовых вызовов. Часто в согласиях на рекламу на рынке упоминаются звонки как канал коммуникаций, но без указания конкретных видов вызовов.

Рекомендуем:

Выявить возможные кейсы потенциально массовых обзвонов в компании, разобраться с основаниями обзвонов и процессом сбора согласий.

2. Массовые вызовы должны осуществляться на основании договора услуг с оператором связи по осуществлению таких вызовов.

Рекомендуем:

Проверить текущие договоры на рассылки с операторами связи на необходимость изменений – вполне возможно, что операторы сами скоро придут к заказчикам за апдейтами совместной работы.

3. Право абонента направить оператору связи отказ от получения массовых вызовов и отказ от рассылок по подвижной радиотелефонной связи (СМС-рассылок). И зеркальная обязанность оператора связи прекратить такие рассылки конкретным абонентам.

Вопросы без ответа:

- Как будет направляться, обрабатываться и учитываться отказ от таких рассылок операторами связи – ожидаем деталей в подзаконных актах Правительства.
- Будут ли операторы связи при рассылках по базе заказчиков честно считать итоговое количество адресатов с учетом ранее полученных отказов от рассылок.

Что мы рассказали СМИ по данным темам:

- Радио “Ъ ФМ”, [Рекламе преграждают путь](#)
- Радио “Ъ ФМ”, [Онлайн-рекламу взяли в расчет](#)
- Радио “Ъ ФМ”, [Роскомнадзор могут наделить полномочиями по защите нравственных ценностей в интернете](#)



Максим Али
Партнер

maxim.ali@comply.ru
+7 981 699 60 36
t.me/maximal1st



Подписаться на Comply в Telegram