

Маркировка рекламы в интернете

Алина Сундетова, руководитель проектов

runetlex

runetlex

Работаем с бизнесом в интернете с 2014 года, знаем специфику и все болевые точки

Умеем объяснить юридические нюансы понятным языком

Участвовали в создании стандарта рынка юр.документа для организации процесса маркировки рекламы

Проводим вебинары, пишем статьи, как соблюсти новые правила

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Проблема

ФНС: нет доказательств расходов на рекламу в интернете

ФАС: нет данных о нарушителях закона о рекламе

Решение

Создать единый реестр рекламы и заставить всех отчитываться в нем

Реклама после 1.09.2022

Маркировка

В общем и целом, **хороший канал**, планирую досмотреть его за сегодня, рекомендую и вам 🙌 Понравился тезис из видео, что привычки своего покупателя надо знать, так что напишите в комментариях, как удобно покупать вам!

#реклама, АО "ПФ "СКБ Контур",
<https://kontur.ru>, erid: LjN8KSUep

+

Отчетность

Добавление договора

Тип договора

Договор оказания услуг Посреднический договор

Номер договора

Исполнитель *

Сведения о предмете договора *

Распространение рекламы

Сумма договора, Р

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие



РКН, ФНС, ФАС дают исчерпывающие
разъяснения по новому закону



Ничего не понятно.
Ассоциации участников рынка пытаются
разобраться и делают гайды

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Проблемы с ОРД

Технические ошибки в периоды отчетности

Сложности с нестандартными форматами

Ручная загрузка рекламных материалов

A woman with blonde hair is smiling and playing with two young children in a swimming pool. One child is standing in the water, and another is in the foreground. The background shows a chain-link fence, palm trees, and a white van. The scene is bright and sunny.

Контекстная реклама

ОРД

Реклама у блогеров

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Треть предпринимателей отказались исполнять закон по маркировке рекламы Почему новые требования за полгода так и не заработали в полноценном режиме

Более трети предпринимателей оказались не готовы маркировать рекламу в интернете

Ценник положили на плашку

Реклама у блогеров поднялась в цене после маркировки

Каждый пятый профессиональный блогер после вступления в силу требований по маркировке рекламы повысил расценки на интеграции на 10–30%, сообщили “Ъ” участники рынка. Причинами роста цен могла стать необходимость маркировки рекламы, которая требует от инфлюенсеров регистрации юрлица и официального оформления рекламных кампаний, тренд на легализацию блогерами доходов, который начался после громких уголовных дел, а также то, что российские рекламодатели больше не могут напрямую размещать рекламу в запрещенных зарубежных соцсетях.

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Маркировка

Реклама



Информация о
рекламодателе



Идентификатор

Один из вариантов:

- полное/краткое наименование
- ОГРН/ИНН
- товарный знак,
содержащий наименование
или его части
- сайт/страница сайта
с чем-то из того, что выше

Получить до размещения
материала

- erid: xxx
- [https://site.ru/?erid=base58\(protobuf\)](https://site.ru/?erid=base58(protobuf))

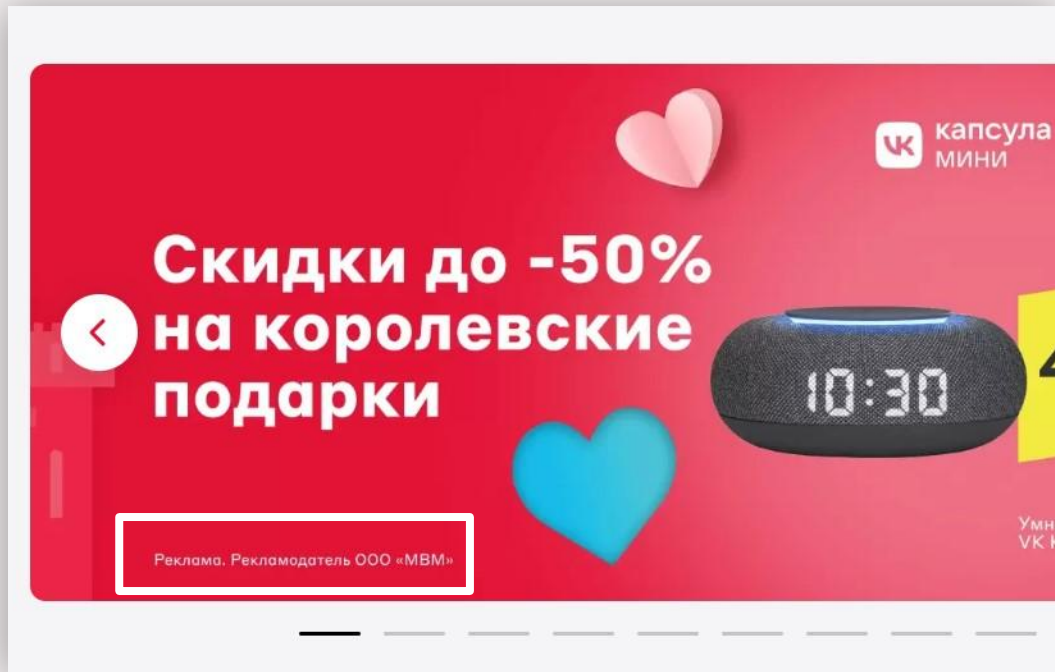
 капсула
МИНИ

 Скидки до -50%
на королевские
подарки

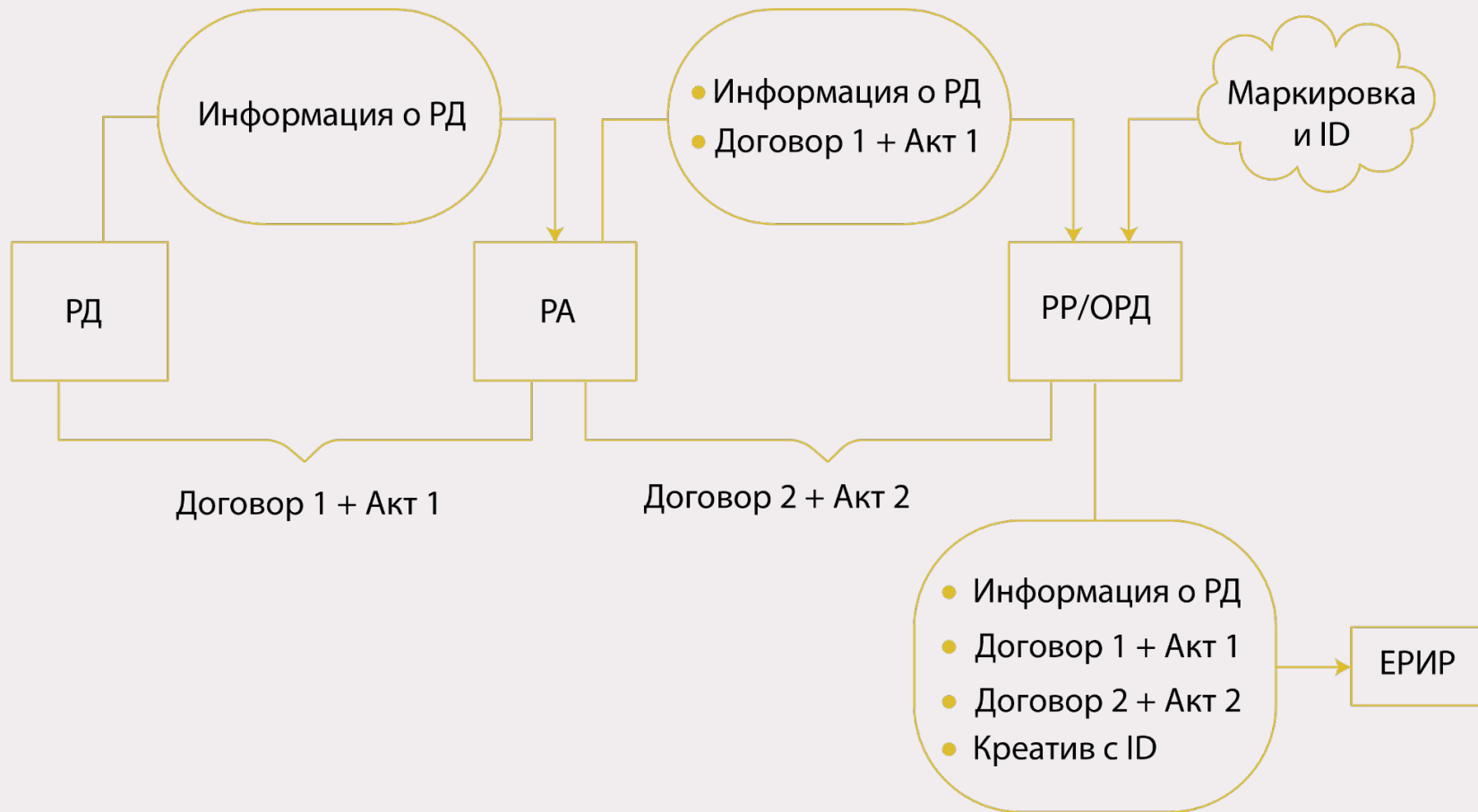


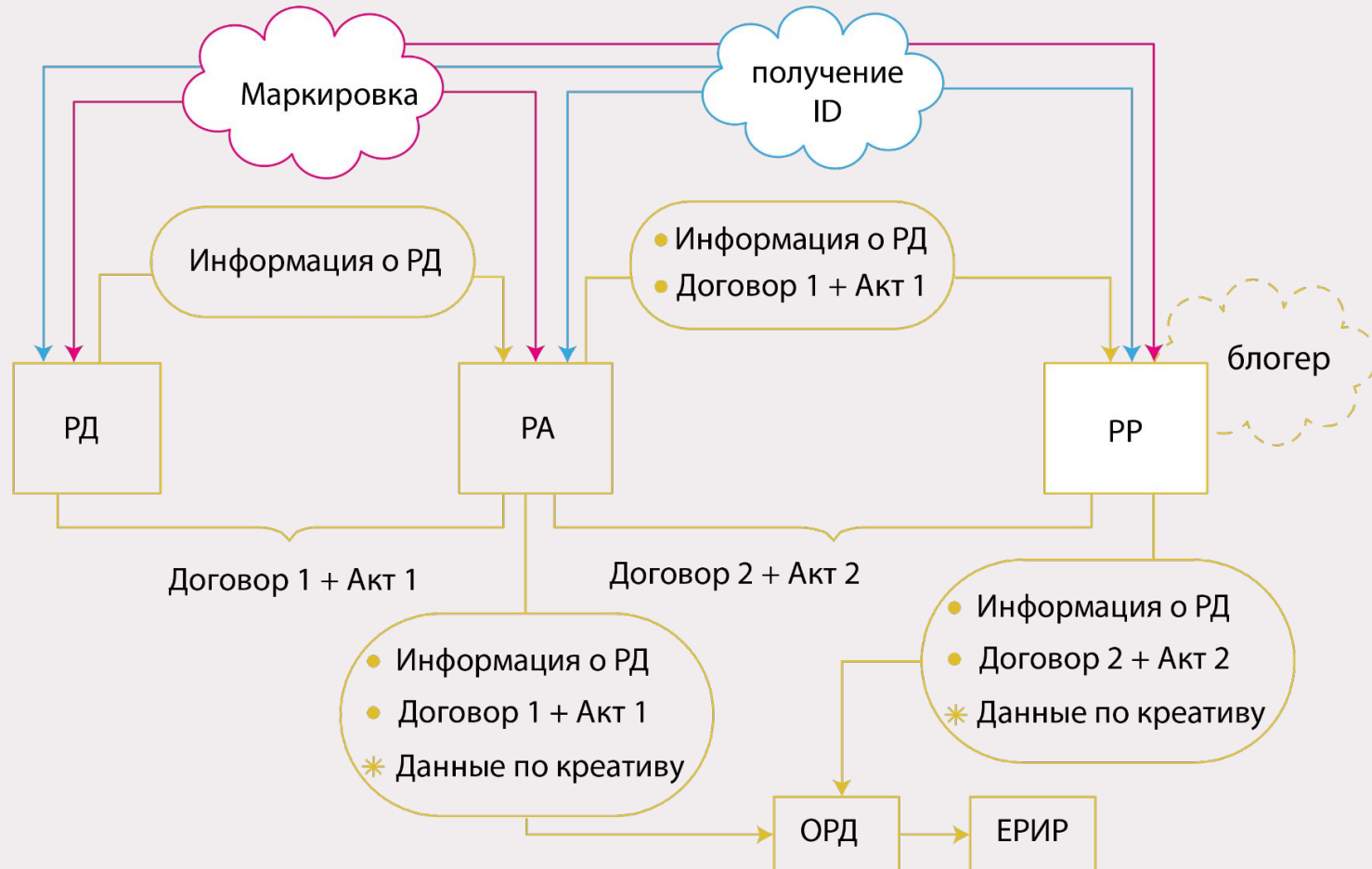
Реклама. Рекламодатель ООО «МВМ»

Умно
VK K



- ✓ есть маркировка с необходимой информацией
- ✗ нет идентификатора (ни в материале, ни в ссылке сайта)
- ✗ маркировка достаточно мелкая и неконтрастная





**Когда увидел требования
по маркировке**



Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Переходные периоды

1 - 30 сентября 2022

период разогрева, чтобы привыкнуть

1-31 октября 2022

первые отчеты/акты уже надо подать

с 1 ноября 2022

официальные ОРД, для ФНС и ФАС открыли доступ к ЕРИР

до 1 марта 2023

“мораторий” на штрафы

с марта 2023

переходный период закончился?

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

№ 334373-Р Проект

Вносится Депутатами
Государственной Думы ФС РФ
А.В. Горелкиным
Р.В. Любарским
А.Ю. Кирьяновым
С.И. Морозовым
Г.О. Паниным
В.А. Петровым
А.И. Немкиным




ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях

Статья 1

Внести в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 1; 2007, № 26, ст. 3089; 2008, № 20, ст. 2259; № 52, ст. 6235, 6236; 2009, № 29, ст. 3597; 2010, № 1, ст. 1; № 19, ст. 2291; № 30, ст. 4007; № 31, ст. 4193; 2011, № 1, ст. 23; № 19, ст. 2714; № 46, ст. 6406; № 47, ст. 6602; № 50, ст. 7362; 2012, № 24, ст. 3082; № 31, ст. 4320; № 47,

Штрафы

 <ul style="list-style-type: none">— Не предоставил данные в ОРД— Предоставил, но пропустил срок— Предоставил, но не всю информацию <p>NEW</p>	 <ul style="list-style-type: none">— Не разместил идентификатор (токен)— Разместил токен, но неправильно <p>NEW</p>	 <ul style="list-style-type: none">— Нет пометки "Реклама" и указания на рекламодателя
до 500 000 ₽	до 500 000 ₽	до 500 000 ₽

до 1,5 млн рублей за 1 рекламное размещение

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

АКАР, АРИР и РАЭК просят отложить штрафы за отсутствие маркировки рекламы до 2024 года

Пять отраслевых ассоциаций подготовили предложения по доработке законопроекта, вводящего санкции за нарушение требований маркировки интернет-рекламы

Предложения сообщества

За первое нарушение — предупреждение, а не штраф

Отложить новые санкции до 1 января 2024 года

Разграничение ответственности за незначительное нарушение

Создать прозрачный порядок привлечения к ответственности

Проработать пропорциональный размер штрафов

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Проблемы есть с:

- селф-промо / саморекламой
- бартерными размещениями и ко-брендингом
- рассылками
- длительными / “вечными” размещениями
- отображением данных в ЕРИР

Тренды в маркировке рекламы

Прозрачность рекламного
бизнеса в интернете

Вовлеченность регулирующих
органов

ОРД между молотом и рынком

Отрицание, гнев, торг ...

Паника и уход в серую зону

Переходный период заканчивается?

Введение штрафов

Объединение рекламного рынка

Нерешенные вопросы в законе

Принятие

Что следует сделать сейчас

Проанализировать свои публикации и честно ответить «реклама/не реклама»

Настроить процессы маркировки рекламных публикаций

Запросить пробные доступы в ОРД и выбрать подходящий

Проверить осведомленность контрагентов о новом регулировании

Изменить соглашения с контрагентами и распределить новые обязанности



Алина Сундетова

Юрист

Руководитель проектов Рунетлекс

telegram: @runetlex