

# Маркировка интернет-рекламы

**Ирина Шурмина**

Руководитель Лаборатории рекламного права от WE TALK PRO,  
сооснователь Сообщества Рекламное право и WE TALK PRO

## О спикере

### Ирина Шурмина

- Руководитель [Лаборатории рекламного права от WE TALK PRO](#)
- Сооснователь [WE TALK PRO](#)
- Консультант с опытом 12+ лет, ex-глава практики цифрового права SEAMLESS Legal
- Старший преподаватель НИУ ВШЭ
- Патентный поверенный по ТЗ, LL.M in IP and Competition (MIPLC)



### Рекламное право

- Основатель сообщества Рекламное право
- Соавтор курса повышения квалификации «Рекламное право» (8 потоков)
- Соавтор интенсива по маркировке интернет-рекламы (5 потоков)
- Вдохновитель и модератор первой специализированной конференции «Рекламное право»
- Член рабочей группы по рекламе Аналитического центра при Правительстве РФ
- Член Комитета по рассмотрению жалоб и обращений рекламной саморегулируемой организации АМИ «Рекламный совет»

# СООБЩЕСТВО РЕКЛАМНОЕ ПРАВО



**ЗАКРЫТЫЙ ТГ-ЧАТ  
РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**



**TAPLINK  
РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**



**ОТКРЫТЫЙ ТГ-КАНАЛ  
РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**



**YOUTUBE-КАНАЛ  
РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**

# Маркировка интернет-рекламы: источники регулирования

- Ст. 18.1 Федерального закона «О рекламе»
- ПП РФ о критериях: [Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 № 948](#)
- ПП РФ о взаимодействии: [Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 974](#)
- ПП РФ об ОРД: [Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 966](#)
- ПП РФ о доступе в ЕРИР для ФАС и ФНС: [Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 969](#)
- РП РФ о составе данных: [Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 № 1362-р](#)
- Приказ РКН о реестре ОРД: [Приказ от 11.04.2022 № 62](#)
- Приказ РКН о доступе субъектов к ЕРИР: [Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 № 63](#)
- Приказ РКН о требованиях к ПО ОРД: [Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 № 64](#)
- Приказ РКН о требованиях к идентификатору рекламы: [Приказ РКН от 30.11.2022 № 191](#)
- ПП РФ о сроках передачи информации в ОРД и ЕРИР: [Постановление Правительства от 20.12.2022 № 2355](#)

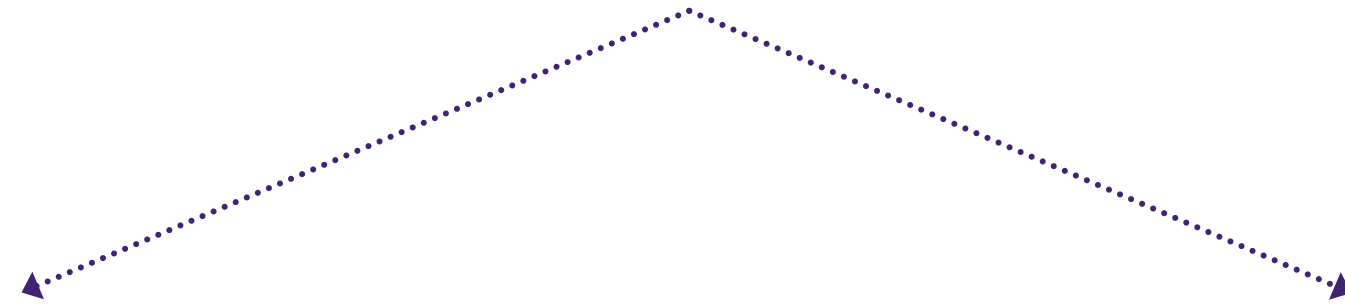


- [Федеральный закон](#) от 24.06.2023 № 274-ФЗ о штрафах за несоблюдение требований о маркировке

# Маркировка интернет-рекламы: 2 элемента



## Маркировка интернет-рекламы



- пометка «Реклама»
- информация о рекламодателе или его сайте

- идентификатор (токен) и последующая отчетность



**Реклама. 7 букв.**



**РОСКОМНАДЗОР**

Смотреть все

Дружеские цены



★★★★★ 9 671627

Посмотреть наличие

Плитка облицовочная Axima  
Измир светлая 600x300x9 мм (9  
шт.=1,62 кв.м)

Цена за м<sup>2</sup> упак

629 Р

В корзину - 1 +

Дружеские цены



★★★★★ 772503

Посмотреть наличие

Ковролин Нева Тафт Ария 930  
бежево-серый 3 м

Цена за м<sup>2</sup> пог. м

379 Р

В корзину - 1.00 +

Дружеские цены



★★★★★ 3 634689

Посмотреть наличие

Раковина для тумбы Cersanit  
Сомо 600 мм

Цена за штуку

3 290 Р

За баллы: 822,25

В корзину - 1 +

Дружеские цены

СТМ

LIVE



★★★★★ 1 624189

Посмотреть наличие

Пушка тепловая газовая 10 кВт  
Termatik GHG-10 прямого нагрева

Цена за штуку

4 999 Р

За баллы: 1 249,50

В корзину - 1 +

LITOKOL

Наливной пол Litoliv S50


Выгодная цена



Реклама А0 «ЛТК Маркет»


<https://petrovich.ru/products/664911/?erid=JapBI71Qa>

# Примеры маркировки

**Золотое Яблоко**   
274 219 subscribers

**Pinned message #3**  
Все началось с идеи... с идеи, что мы хотим сделать )

27 August



Если обожаете легендарную тушь Vivienne Sabo Cabaret, то попробуйте новинку бренда – [праймер+тушь Cabaret Double Extension](#) 🔥


Хотя бы для того, чтобы сравнить с оригиналом!

Но вот, что можем добавить от себя: праймер ухаживает за ресницами и создаёт дополнительный объём, а тушь хорошо разделяет и подкручивает.

*Реклама. HTC Градиент*

❤️ 1,4K 👍 491 💕 198 🔥 106  
😂 40 🙄 38 🌑 34    👁 68K 14:39

82 Comments



**Open Link**

Do you want to open "https://goldapple.ru/19000185852-cabaret-double-extension?utm\_source=telegram&utm\_medium=social&utm\_campaign=post\_vivienesavo\_cabaret&erid=LatgC8XGV"?

Cancel Open

## Пример маркировки

АРЕНДА СЕРВЕРА ДЛЯ ТРАНСЛЯЦИЙ  
4 444 RUB (30%)  
15 000

**Мой  
Зубной**  
Стоматологический центр

27:26 / 53:27

СОВЕТСКИЙ  
ПЕРЕУЛОК

Dura lex. Реклама, ООО «ВИТА»  
ИНН 7801650405  
erid: Kra23zoFi

The image shows a man in a black jacket and white t-shirt speaking into a microphone. He is sitting at a desk with a laptop covered in stickers, a small white dog, and a blue sign that reads 'СОВЕТСКИЙ ПЕРЕУЛОК'. A large green overlay on the left contains the text 'Мой Зубной Стоматологический центр'. In the top right corner, there is a progress bar and text indicating 'АРЕНДА СЕРВЕРА ДЛЯ ТРАНСЛЯЦИЙ' with a value of '4 444 RUB (30%)' and a total of '15 000'. At the bottom, there is a video player interface with a play button, a progress bar showing '27:26 / 53:27', and various control icons. A small text box in the bottom right corner contains the text 'Dura lex. Реклама, ООО «ВИТА»', 'ИНН 7801650405', and 'erid: Kra23zoFi'.

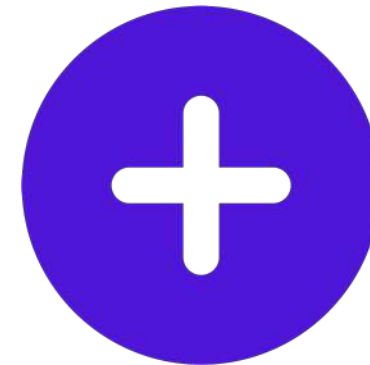


# Ответственность за маркировку



## Маркировка интернет-рекламы

- пометка «Реклама»
- информация о рекламодателе или его сайте



- идентификатор (токен) и последующая отчетность



Ч. 1 ст. 14.3 КоАП – от 100 до 500 т.р.

Кто несет: рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель  
(ст. 38 Закона о рекламе)

С 1 СЕНТЯБРЯ 2022 ГОДА



РОСКОМНАДЗОР

Ч. 15-17 ст. 14.3 КоАП – от 200 до 500 т.р., для ОРД от 300 до 700 т.р.

Кто несет: рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель, ОРД

С 1 СЕНТЯБРЯ 2023 ГОДА

## Дела по маркировке (пометка «реклама» и сведения о рекламодателе)

# 9

дел в производстве в разных УФАС страны

# 5

онлайн-СМИ

# 3

городские соцсети

# 1

мобильное приложение

### Кто инициировал?


- **5** жалоб граждан
- **2** заявления  
Прокураторы
- **1** обращение  
отделения ЦБ РФ

# Первая практика по отсутствию пометки «реклама»

## Ульяновское УФАС признало ненадлежащей рекламу, распространяемую на одном из информационных порталов города

Сфера деятельности: Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции

17 апреля 2023, 16:04

 Вставить в блог  Напечатать  RTF версия

Комиссия управления завершила рассмотрение сразу двух дел, установив нарушения Федерального закона «О рекламе»

В Ульяновское УФАС России с заявлением обратилась Прокуратура Ульяновской области. В заявлении было указано о распространении в сети «Интернет» на одном из ульяновских информационных порталов публикации рекламного характера без соответствующей пометки.

Статья на информационном портале содержала рекламу услуг конкретной юридической фирмы, но пометка «реклама» при этом отсутствовала.

Также специалистами управления был установлен факт размещения на информационном портале статьи рекламного характера с описанием услуг аквапарка. Пометка «реклама» в данном случае также отсутствовала.

В приведенных ситуациях статьи были направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц, описывая услуги конкретных субъектов и формируя интерес к конкретному товару, и являлись рекламой.

Комиссия Ульяновского УФАС России признала рекламу юридических услуг и рекламу аквапарка ненадлежащей, нарушающей требования Федерального закона «О рекламе». Предписания не выданы, т.к. распространение рекламы было прекращено в ходе рассмотрения дел.

## Тюменское УФАС: ТРК «Тюменское время» разместила рекламу с нарушением законодательства

Сфера деятельности: Антимонопольное регулирование

07 июня 2023, 15:58

 Вставить в блог  Напечатать  RTF версия

Телеканал не учел требования к рекламе, размещаемой в сети Интернет

Вчера, 6 июня, комиссия Тюменского УФАС России огласила резолютивную часть решения, согласно которой, АНО «ТРК «Тюменское время» признано нарушившим часть 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

Согласно данной норме, реклама в сети Интернет должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) его сайт.

ТРК «Тюменское время» при ведении социальной сети и видеохостинга\* допустил размещение рекламы без учета данного требования.

Управлением были оценены три видеоматериала, размещенные телеканалом. В каждом из них чередовались новостные и рекламные блоки, но пометка «реклама» отсутствовала.

Стоит отметить, что не допускается использование иной пометки для указания на рекламный характер информации, помимо прямо установленной Законом. Так, например, словосочетание «информация спонсора» не является надлежащим уведомлением потребителей о дальнейшей рекламе.

Положения статьи 18 Закона о рекламе начали действовать с 1 сентября 2022 года. В Тюменской области это первые нарушения, выявленные в рамках соблюдения указанного порядка.

# Исключения из нового регулирования

## Не маркируется и не учитывается:

- социальная реклама
- реклама в телепрограммах и радиопрограммах, которые распространяются в интернете в том же виде, что и в эфире
- **рекламные email-расылки и push-уведомления**
- **реклама в запрещенных в РФ соцсетях – ?**



# Что такое реклама

ЛЮБАЯ ФОРМА, ЛЮБОЙ СПОСОБ, ЛЮБЫЕ СРЕДСТВА

## 01 Критерий 1

Информация направлена на:

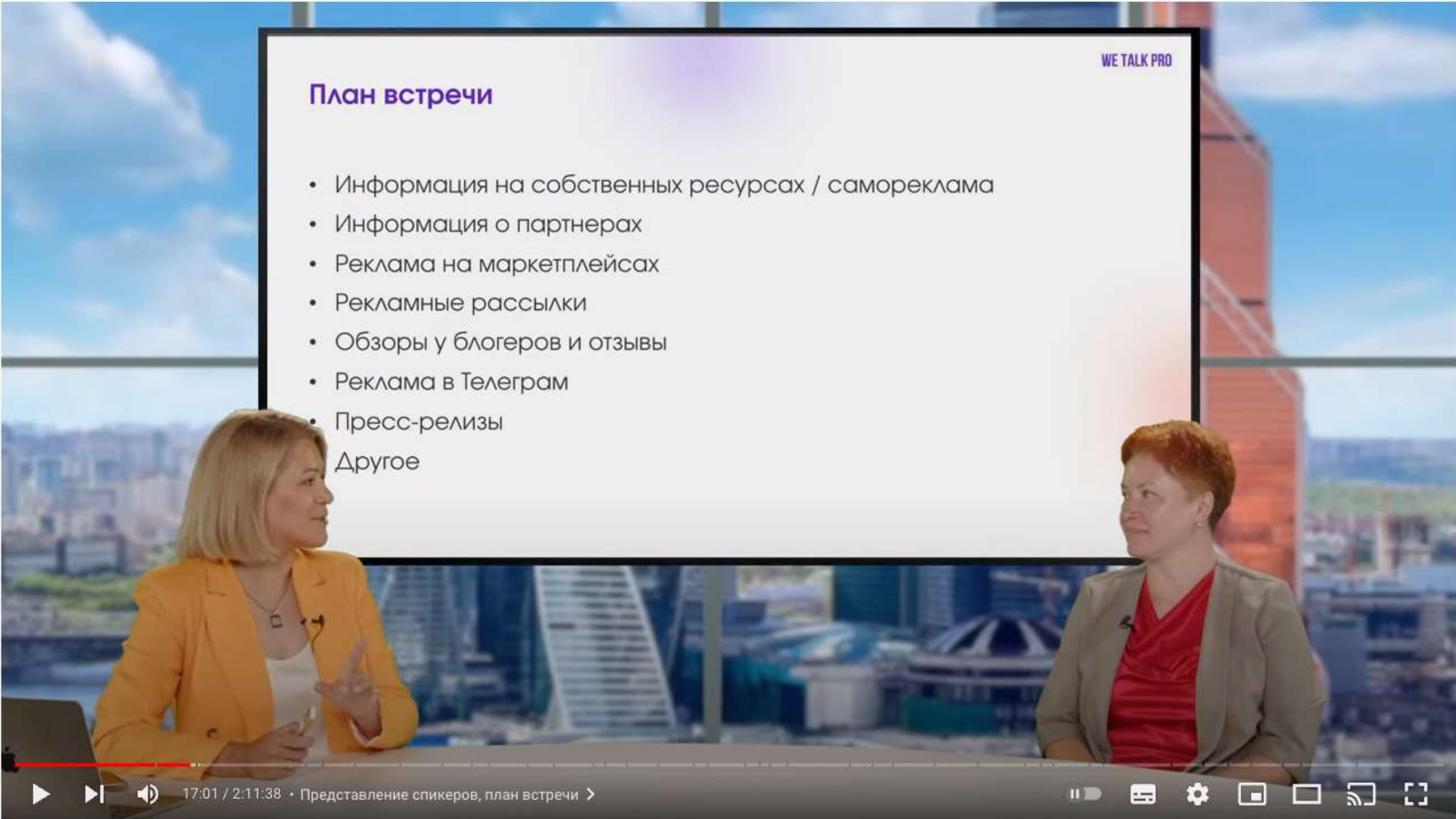
- привлечение внимания к товару
- продвижение на рынке
- формирование/поддержание интереса

## 02 Критерий 2

Информация адресована  
неопределенному кругу лиц



# Реклама или информация: мнение ФАС



План встречи

- Информация на собственных ресурсах / самореклама
- Информация о партнерах
- Реклама на маркетплейсах
- Рекламные рассылки
- Обзоры у блогеров и отзывы
- Реклама в Телеграм
- Пресс-релизы
- Другое

17:01 / 2:11:38 • Представление спикеров, план встречи >

Реклама или информация: мнение ФАС России | 4.08.2023

Рекламное право  
1,2 тыс. подписчиков

Посмотреть аналитику

Изменить видео

146

Поделиться

Скачать

Создать клип

6 215 просмотров Прямой эфир состоялся 4 авг. 2023 г.  
Онлайн-трансляция встречи с ФАС России на тему, которая особенно сильно волнует бизнес, — грань между рекламой и информацией.

[YouTube-канал](#)  
[Рекламное право](#)

# Исключения из Закона о рекламе

Закон о рекламе не распространяется на:



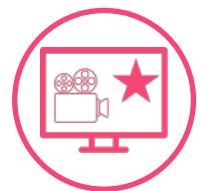
**справочно-информационные и аналитические материалы**, не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке



**вывески и указатели**, не содержащие сведений рекламного характера



информацию на товаре и его **упаковке**



упоминания о товаре, которые **органично интегрированы** в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе **не являются сведениями рекламного характера**.

### Органичная интеграция: критерии, разъяснения ФАС, примеры из практики

Органичная интеграция – одно из самых используемых в контексте маркировки рекламы исключений в ст. 2 Закона о рекламе:

*"Закон о рекламе не распространяется на упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера"*

Органичная интеграция важна, например, в контексте блогеров – ФАС неоднократно подтверждала, что если упоминание о товаре или услуге выполнено органично, такой пост или сторис маркировать не нужно.

**!** Важно! Термина "нативная реклама" в законе нет – корректно использовать именно термин "органичная интеграция".

В рамках курса "Рекламное право" мы записали лекцию про органичную интеграцию, ее критерии, примеры из практики. Делимся лекцией в открытом доступе, чтобы больше коллег разобрались в вопросе 😊

🌟 [Запись лекции](#) 🌟

Больше лекций, семинаров, приглашенных экспертов – в [курсе повышения квалификации "Рекламное право"](#), старт следующего потока 4 октября 🔥

YouTube

Органичная интеграция

WE TALK PRO



### Критерии органичной интеграции

- 01 Информация о товаре – составная часть общего сюжета произведения, выступает в качестве дополнительной характеристики героя или ситуации.
- 02 Внимание не концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках.
- 03 Не подменяет главных персонажей в произведении.
- 04 Не нарушает сюжета и не может быть изъята из него без ущерба для целостного восприятия произведения.

Письмо ФАС России от 25.05.2011 № АК/20129  
«О признании рекламы неорганично интегрированной в теле-, радиопередачу»

Органичная интеграция

↔ Доступ по ссылке

Рекламное право  
2,62 тыс. подписчиков

Посмотреть аналитику

Изменить видео

9

Поделиться

Скачать

Создать клип

...

235 просмотров 27 февр. 2023 г.

[Лекция по органичной интеграции из курса «Рекламное право»](#)



# Исключения из закона о рекламе

## Не подпадает под понятие рекламы:



информация на сайте или в соцсети производителя или продавца товаров, если сведения предназначены для информирования о:

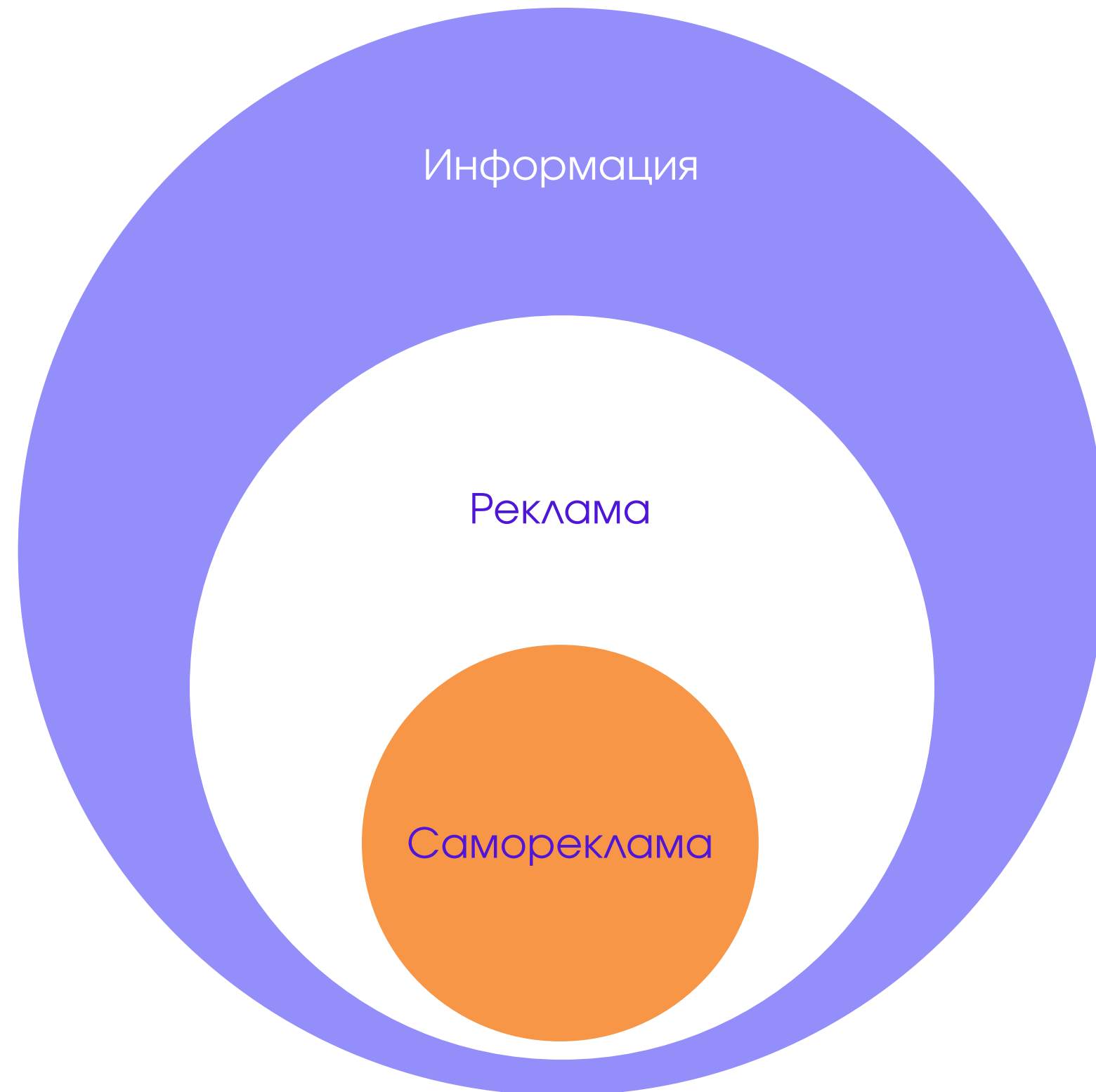
- товарах/услугах, производимых или продаваемых компанией
- условиях их приобретения, правилах использования
- ценах и скидках, акциях и мероприятиях
- хоз. деятельности компании
- контрагентах (партнерах) компании

В **исключительных случаях**, когда размещаемая информация направлена не столько на информирование потребителя о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько **на выделение определенных товаров / организации** среди однородных товаров / организаций, такая информация **может быть признана рекламой**.

Письмо ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19  
Ответ ФАС России на обращение (ноябрь 2022, [обзор](#))

Проект Федерального закона «О внесении изменений в статьи 2, 18, 21 Федерального закона «О рекламе» март 2023 ([обзор](#))

# Самореклама = реклама



## Самореклама: мнение ФАС

Понятия «самореклама» в законе нет, **вводить его не планируется.**

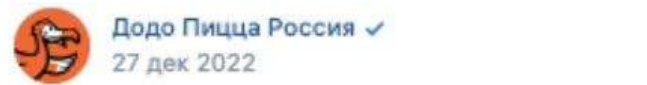
Если информация отвечает критериям Закона о рекламе, то это реклама – независимо от того, размещается ли она на своих или сторонних ресурсах.



**САМОРЕКЛАМА = РЕКЛАМА**

Термин «Самореклама» используется только для маркировки в ОРД в случае, когда рекламодатель и рекламодатель совпали в одном лице

# Самореклама? Посты в соцсетях о своей продукции



Дарим 10 дино-пижам и столько же пицц-сказок 🦖

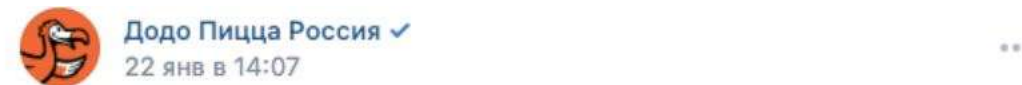
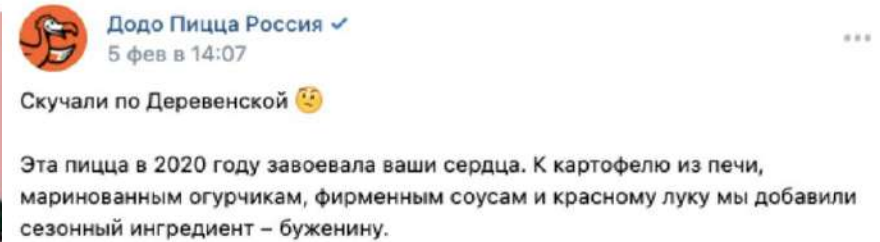
Для участия нужно:

- Поставить лайк на эту запись
- И подписаться на @dodo

Мы запустили две новинки в специальной коробке, из которой легко собирается динозаврик – Коробыш. Его можно раскрасить и послушать о нём интересную сказку с познавательными фактами.

Пицца-сказка – это маленькая пицца из половинок, с цыплёнком и пепперони. А для Десерта-сказки мы взяли слоёное тесто с кусочками ананаса, политые шоколадным соусом.

Десять победителей выберем 2 января с помощью рандомайзера, а запись с итогами опубликуем в комментариях и в обсуждении.



Дарим 5 огромных пледов ручной работы и столько же пицц 25 см ❤️

Для участия нужно:

- Подписаться на @dodo
- И поставить лайк на эту запись

Пять победителей выберем 30 января с помощью рандомайзера, а запись с итогами опубликуем в обсуждении.



## Посты в группе в VK

Информация не является рекламой, поскольку такая информация не формирует интерес к какому-либо товару и представляет собой справочно-информационные сведения, размещенные с целью информирования потребителей предприятия быстрого питания об ассортименте в меню, маркетинговых предложениях, а также контактной информации.

**Информация не является рекламой**

[Ответ ФАС России на запрос Додо от 30.03.2023](#)  
(ссылка на чат Рекламное право)

# Самореклама? VC.RU

Тинькофф 29 июля 2022

Кейс Холодильник.ру: как обычный QR-код сократил время обслуживания клиентов в 2 раза

Магазин смог нарастить продажи, изменив схему оформления рассрочек с помощью технологии Тинькофф Кредит Брокера

11

513 просмотров



«Холодильник.ру» — один из крупнейших магазинов электроники и бытовой

[Статья на vc.ru на странице Тинькофф](#)

Информация:

- размещена непосредственно **в разделе компании «Тинькофф»**
- предназначена для **информирования** посетителей указанного раздела **о деятельности компании**

**Информация не является рекламой**

[Ответ ФАС России на запрос от 14.03.2023](#)  
(ссылка на чат Рекламное право)

## Что не является рекламой? (по общему правилу)

- Информация на собственных ресурсах про свою хозяйственную деятельность, ассортимент, мероприятия
- Каталоги, если информация о товарах выполнена однородно
- Информация о партнерах/спонсорах без выделения конкретных товаров/услуг
- Информация о вакансиях
- Новостные пресс-релизы, корпоративные блоги
- Личные мнения блогеров, обзоры, органичная интеграция продукции в повествование



**Каждый случай оценивается отдельно с учетом:**

- содержания информации
- формата размещения
- механик и фактических отношений (рекламные договоры)

# Практика ФАС и судов: выводы



## Критерии рекламы

- Привлечение внимание потребителей к конкретным товарам
- Выделение определенных товаров среди других на сайте или в соц. сетях
- Избыточная и эмоционально окрашенная информация об отдельном товаре, призывы приобрести товар, адреса магазинов и пр.



## Критерии информации

- Общая информация о хоз. деятельности и ассортименте
- Информация систематизирована, выполнена в едином стиле, не выделяются определенные товары
- Информация органично интегрирована и сама по себе не носит рекламный характер



### Каждый случай оценивается отдельно с учетом:

- содержания информации
- формата размещения
- механик и фактических отношений (рекламные договоры)

# Серия вебинаров с ОРД от сообщества «Рекламное право»



Введите запрос



**Серия вебинаров с ОРД | лето 2023**

Рекламное право

6 видео 361 просмотр Обновлено 5 дней назад

Спикер:  
Наталья Зоткина  
Директор по продукту ОРД VK

Модератор: Ирина Шурмина

28 июня 2023

- 1 **ОРД VK | Серия вебинаров с ОРД | 28.06.2023**  
Рекламное право •  
Спикер: Наталья Зоткина  
Директор по продукту ОРД VK  
Модератор: Ирина Шурмина  
1:02:26
- 2 **ОРД OZON | Серия вебинаров с ОРД | 29.06.2023**  
Рекламное право •  
Спикер: Михаил Носкаев  
Руководитель отдела проектов рекламной комиссии Ozon  
Модератор: Ирина Шурмина  
1:51:51
- 3 **ОРД Сбер | Серия вебинаров с ОРД | 04.07.2023**  
Рекламное право •  
Спикер: Максим Паричев  
Руководитель отдела разработки и тестирования  
Савва Козлов  
1:26:25
- 4 **ОРД Медиакаут | Серия вебинаров с ОРД | 05.07.2023**  
Рекламное право •  
Спикер: Наталья Сотская  
Руководитель службы по работе с клиентами ОРД Медиакаут  
Модератор: Ирина Шурмина  
2:01:45
- ОРД-A | Серия вебинаров с ОРД | 07.07.2023**



# Полезные источники



[Дайджест Рекламное право](#)

[Ссылка](#)

**арир**

**Рекомендации по размещению идентификатора для разных форматов рекламы**

[Ссылка](#)

**арир**

**РКН РАЗЪЯСНЯЕТ ПОРЯДОК УЧЕТА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**

Вопросы к НПА для 347-ФЗ от 2 июля 2021 года

Ответы актуализированы по состоянию на 14 февраля 2023

**WE TALK PRO**

ДАЙДЖЕСТ РЕКЛАМНОЕ ПРАВО

Выпуск №1. 2023  
ноябрь 2022 - с

**МНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ**

ПИСЬМА, ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

Ноябрь-декабрь 2022

РАЗЪЯСНЕНИЯ, МНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ

РЕКОМЕНДАЦИИ ФАС РОССИИ, РКН И АРИР, ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

1. РКН | 22.07.2022 | [Ответы на 40 вопросов от Adindex](#)

2. АРИР | РКН разъясняет  

- Первое издание | 08.11.2022
- Второе издание | 10.11.2022
- Третье издание | 11.2.2023
- Четвертое издание | 14.02.2023

3. АРИР | 18.11.2022 | [Рекомендации по размещению идентификатора для разных форматов рекламы](#)

4. ФАС России | 21.11.2022 | [О разграничении рекламы \(в частности ст. 18.1 Закона о рекламе\)](#)

5. АРИР | 11.01.2023 | [Ответы на вопросы рекламодателя в Интернете](#)

6. АРИР | 02.2023 | [РКН разъясняет порядок учета интернет-рекламы](#)

КРУГЛЫЕ СТОЛЫ, ДРУГИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

1. [Круглый стол в ТПП РФ в Интернете](#) | 16.11.2022

Ключевые выводы:

- РКН: разблокирование доступа к рекламе:
  - i. отделение ценообразования
  - ii. отделение ценообразования от первоначальной информации на нескольких этапах
- ФАС России: ЕСПЧ в онлайн-формате
- ФАС России и РКН: ст. 18.1 ЗоР и договорная информация
- ФАС России: по делу о нарушении т...

Действительность организации ММ и запрета в Российской Федерации

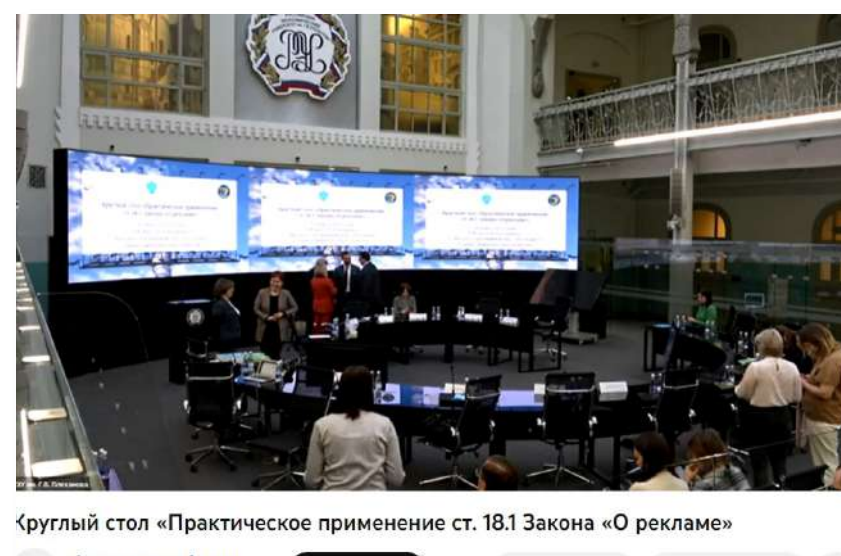
ДАЙДЖЕСТ. СПЕЦВЫПУСК

**МАРКИРОВКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**

Дайджест. Спецвыпуск. 2023.  
Актуально по состоянию на 09.05.2023



[Круглый стол с РКН, ОРД, ФНС \(01.02.2023\)](#)



[Круглый стол с РКН, ФАС \(10.03.2023\)](#)

# Обучение

## МАРКИРОВКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ 6.0

### Все о системе учета рекламы в интернете

Эксперты в сфере рекламного права, которые участвуют в обсуждении нововведений с регуляторами и ассоциациями, а также консультируют бизнес по вопросам рекламы и маркировки, помогут детально разобраться в регулировании и основных практических нюансах работы новой системы.



Ирина Шурмина    Антон Качанов    Никита Кравченко

КУПИТЬ

• онлайн

• 3 эксперта

• лекции в записи и онлайн-эфиры

[Интенсив по маркировке рекламы  
\(28 сентября\)](#)



[Курс повышения квалификации  
Рекламное право \(4 октября\)](#)



## РЕКЛАМНОЕ ПРАВО 3.0

Лекции и интерактивные занятия от ведущих юристов в сфере рекламного права: получайте глубокие, системные знания, будьте в курсе последних трендов регулирования, станьте частью сообщества рекламных юристов.



Ирина Шурмина    Ксения Даньшина    Татьяна Свиридова



КУПИТЬ

• 4 октября

• онлайн

• 45+ часов

# Полезные источники

taplink.cc/advertisinglaw

**РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**

Добро пожаловать на страницу сообщества **Рекламное право**.  
Здесь собраны полезные ссылки и материалы, записи и анонсы мероприятий.  
По всем вопросам обращайтесь к Ирине Шурминой, Telegram @Irina\_Shurmina.

- ОКРЫТЫЙ TELEGRAM-КАНАЛ РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**
- ЗАКРЫТЫЙ ЧАТ РЕКЛАМНОЕ ПРАВО**  
Ссылка-приглашение в закрытый чат
- КУРС «РЕКЛАМНОЕ ПРАВО»**  
Начало потока — 5 июня 2023
- ИНТЕНСИВ ПО МАРКИРОВКЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**  
Старт 22 мая 2023
- ПРЕЗЕНТАЦИЯ И. ШУРМИНОЙ «ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ И ТОНКОСТИ»**  
16.02.2023 вебинар eLama

[Taplink Рекламное право](https://taplink.cc/advertisinglaw)

[База знаний по маркировке интернет-рекламы в Notion от Ш. Курбанова и А. Ведешкина](#)

cloud-mallow-6af.notion.site/1-2022-83bc082ae53b4e2181d95582079c56ce

Интернет-реклама с 1 сентября 2022

Comment Search

## Интернет-реклама с 1 сентября 2022

Указанную информационную страницу подготовили Ведешкин Александр и Курбанов Шермет.

Если у вас есть предложение по корректировке (в том числе добавлению) информации на данную страницу, просим связаться с любым из нас по ссылкам выше.

Доступ к настоящей странице открыт и возможен по ссылке: <https://cloud-mallow-6af.notion.site/1-2022-83bc082ae53b4e2181d95582079c56ce>

### Оглавление:

1. [НПА](#) (в хронологическом порядке по дате принятия)
2. [Контакты ОРД](#)
3. [Официальные разъяснения](#)
4. [Полуофициальные разъяснения](#)
5. [Разъяснения из Интернета](#)
  - a. [Текст](#)
  - b. [Презентации](#)
  - c. [Видео](#)
6. [Планируемые мероприятия по вопросу](#)



ФАС России | FAS Russia

18 077 subscribers



Как отличить рекламу от другой информации в интернете? 🗣️

Ответ на этот ключевой вопрос поможет предпринимателям не нарушить требования



ФАС России | FAS Russia

18 077 subscribers



Продолжаем рассказывать об отличиях рекламы от другой информации в интернете и приводить наглядные примеры 🗣️

В этот раз разбираемся с сайтами и сообществами в соцсетях, которые посвящены объявлениям или новостям района, города или профессионального сообщества.

Будут ли на таких ресурсах афиши театров, выставок и концертов рекламой? Можно ли здесь размещать вакансии?

Смотрите в наших карточках 🙌

👍 107 🤔 39 🔥 35

🕒 30,3K edited 07:00

# Маркировка: пошаговая инструкция

1

Определить, реклама или не реклама

2

Если реклама – добавить пометку «реклама» и сведения о рекламодателе

3

Выбрать ОРД, зарегистрировать личный кабинет, обратиться за получением идентификатора

4

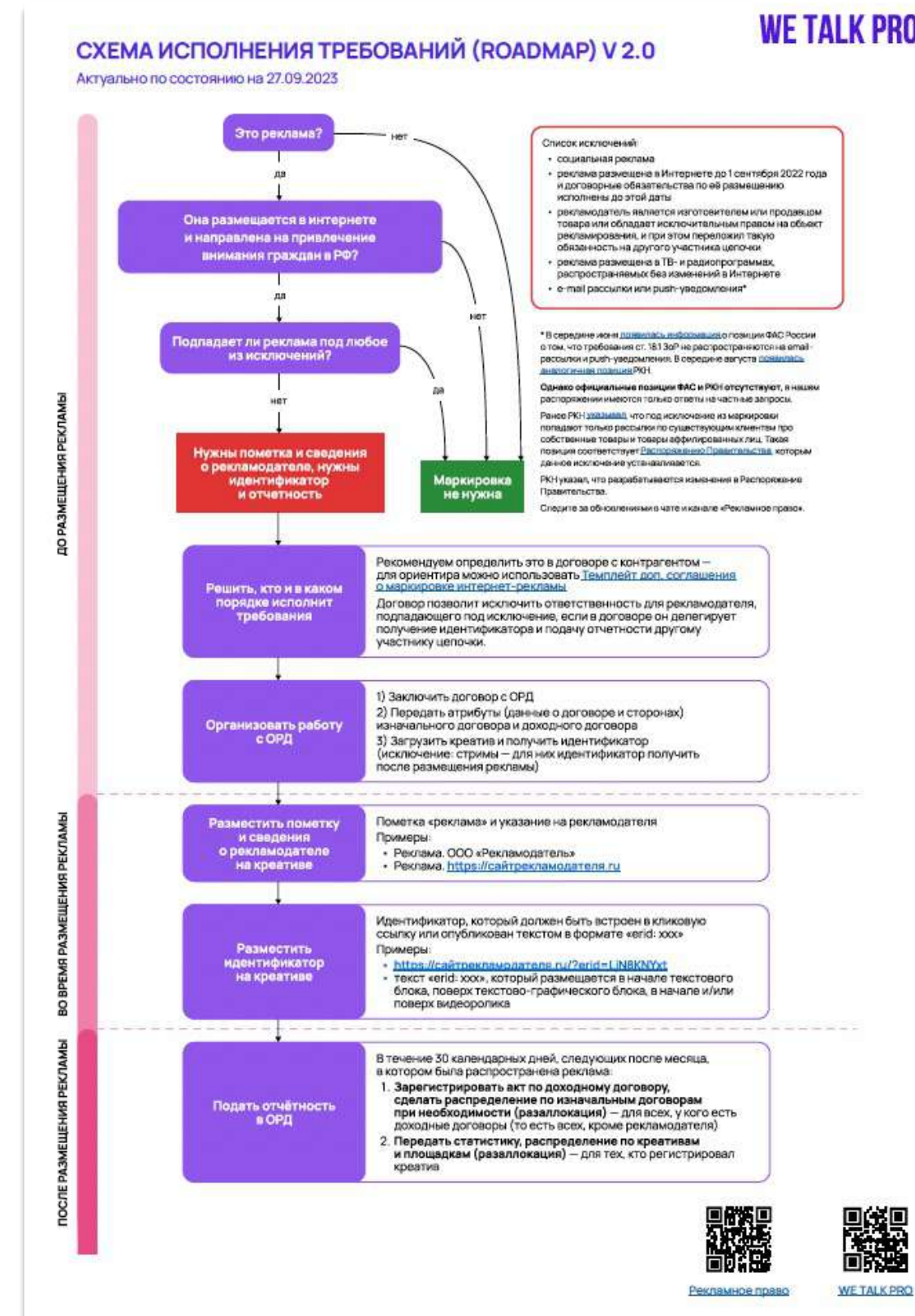
Корректно разместить идентификатор перед публикацией с учетом приказа Роскомнадзора

5

В течение месяца, следующего за размещением, подать отчетность в ОРД (сведения о договорах, актах и показах)



Скачать roadmap



# ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!



ОТКРЫТЫЙ ТГ-КАНАЛ  
РЕКЛАМНОЕ ПРАВО

🌟 **Email-рассылки и push-уведомления не подлежат маркировке: позиция ФАС и РКН**

23 August

РЕКЛАМНОЕ ПРАВО

РЕКЛАМА ИЛИ ИНФОРМАЦИЯ

Часть 1. Информация на собственных ресурсах

Эфир с ФАС России 4 августа 2023

WE TALK PRO

**ИНФОРМАЦИЯ НА СОБСТВЕННОМ РЕСУРСЕ**

По общему правилу информация на собственных ресурсах компании (сайте, соцсети, канале) – не реклама.

Цель таких публикаций – информирование о собственной деятельности, товарах, новинках, акциях и т.д.

Однотипные повторяющиеся посты в социальной сети продавца или производителя являются информацией об их деятельности.

**САМОРЕКЛАМА**

Публикация информации в интернете или в результате его использования.

Если информация отвечает критериям Закона о рекламе, то это реклама – независимо от того, составляется ли она на сайте или в приложении.

Для тех компаний, которые имеют свой сайт/ресурс с точки зрения традиционной рекламы, в законе нет ограничений, поэтому для них самым оптимальным с точки зрения маркировки или постылей – нет.

**БАННЕРЫ ПРО СВОИ ТОВАРЫ**

По общему правилу баннер на собственном ресурсе, который содержит о рекламе товара, услуги или акции, не является рекламой.

При этом отдельный баннер, содержащий всю страницу или страницу из приложения, **может** быть признан рекламой, поскольку содержит все необходимые сведения о конкретном товаре.

Если баннер содержит в тексте другой контент и имеет вид стандартного баннера, то он будет признан рекламой.

**ПРОМОСАЙТЫ, МОНОПРОДУКТОВЫЕ САЙТЫ**

Многие пользователи сайта считают, что это реклама, но не всегда так. По общему правилу цель такого сайта – информирование потребителей о собственных товарах/услугах.

Однако если страница содержит текст рекламной информации, баннер, а также информацию о товаре и производителе, такой сайт может быть признан рекламой.

**Информация на собственных ресурсах — реклама или нет?**

Начинаем публиковать выдержки по итогам эфира с ФАС России.

Сегодня про горячие вопросы:

- 🔥 как разграничить рекламу и информацию на собственных ресурсах
- 🔥 что такое самореклама
- 🔥 надо ли маркировать баннеры про свою продукцию
- 🔥 как квалифицировать моносайты

Пользуйтесь сами, делитесь с коллегами 🌟

Полный эфир с ФАС России с подробными таймкодами — на [YouTube-канале Рекламное](#)

а [Рекламное право](#) коллеги поделились ответами С, и Роскомнадзора о том, что email-рассылки и push-уведомления не считаются рекламой в интернете с точки зрения ФАС и РКН о рекламе.

**Важно, маркировка таких материалов не требуется**

Важно не забывать, что это не официальные разъяснения, а ответы на вопросы, но позиция уже устоявшаяся.

Важно также указать, что сейчас разрабатываются изменения в Распоряжение Правительства № 1362-р, где есть исключения только для определенного вида

Важно не забывать, что другие требования Закона о рекламе по-прежнему применимы — в том числе и к email-рассылкам (требование предварительного согласия получателя (ст. 18 Закона о рекламе)). Подробнее про порядок согласия рассказывали в [открытой лекции](#).

С и РКН с разрешения коллег выкладываем в комментариях к этому посту.

Важно отметить, что штрафы вступят в силу за 2 недели до вступления штрафов в силу!



1,1K 17:58

Спасибо за внимание!



Ирина Шурмина

Руководитель Лаборатории рекламного права

Сооснователь WE TALK PRO и сообщества Рекламное право



@wetalk.pro



www.adlaw.pro

Лаборатория  
рекламного права

от WE TALK PRO



Запрос к Лаборатории  
рекламного права