



МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ревенок Ю.А.

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

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

24.05.2024 № 03-182657

На

О рассмотрении обращения

Уважаемая

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

В соответствии с частями 3, 5 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) рекламодатели, рекламодатели, операторы рекламных систем обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации в Роскомнадзор о рекламе, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, которую они разместили в сети «Интернет», через операторов рекламных данных.

Согласно части 17 статьи 18.1 Закона о рекламе распространение рекламы в сети «Интернет» допускается при условии присвоения оператором рекламных данных соответствующей рекламе идентификатора. 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.

Применение идентификатора рекламы осуществляется путём присоединения идентификатора рекламы к указателю страницы сайта в сети «Интернет». 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.



Таким образом, для форматов, имеющих «кликную» ссылку, идентификатор рекламы следует добавлять в ссылку, дополнительно можно разместить идентификатор в начале текста рекламной публикации. При отсутствии в тексте рекламной публикации «кликной» ссылки или невозможности присоединения идентификатора рекламы к такой ссылке идентификатор следует располагать в начале текста рекламного сообщения.

Идентификатор для рекламы в формате видеоролика рекомендуется размещать в начале рекламного сообщения или во время показа рекламного сообщения в любом месте. Дополнительно можно разместить идентификатор рекламы в описании под видеороликом.

Для получения идентификатора рекламы в программном обеспечении оператора рекламных данных необходимо заполнить сведения о контрагентах, участвующих в размещении рекламы в сети «Интернет», договоре между ними и загрузить образец рекламы.

Не требуется заменять загруженный образец рекламы после получения идентификатора рекламы и размещения его на рекламном материале. После получения идентификатора рекламы достаточно разместить его на публикуемом в сети «Интернет» рекламном объявлении любым из вышеуказанных способов.

Идентификатор присваивается рекламному материалу (баннеру, тексто-графическому блоку, видеоролику и т.д.). Рекламный материал может иметь разный размер и компоновку элементов, но при этом содержать один объект рекламирования и вести на один информационный ресурс. Рекламный материал может включать в себя версии изображений для разных сред распространения, иметь разный цвет, но сохранять идейно-смысловую нагрузку текста. При регистрации рекламного материала следует осуществлять загрузку всех его вариаций (образцов рекламы).

Необходимость получения нескольких идентификаторов рекламы зависит от масштаба содержащихся в рекламных материалах отличий. В случае, если рекламные материалы содержат схожую информацию, но в совокупности более половины представленных на них сведений отличаются, полагаем, для таких рекламных материалов следует получать разные идентификаторы рекламы.

Таким образом, если дизайн-макеты рекламного материала представляют собой по сути разные креативы, имеющие отдаленное сходство между собой, то требуется получать разные идентификаторы рекламы независимо от объекта рекламирования.

Если в рекламном материале незначительно изменены некоторые элементы, например, даты проведения акции, наименование кнопок действия (участвуй, попробуй и т.д.), фон баннера и т.д., то получение нового идентификатора рекламы для такого измененного материала не требуется. При этом вариант измененного рекламного материала необходимо загрузить в ранее

зарегистрированный рекламный материал в программном обеспечении оператора рекламных данных.

Согласно части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе распространяемая в сети «Интернет» реклама должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы. Контроль за наличием пометки «реклама» и информации о рекламодателе осуществляет ФАС России.

Нормативные правовые акты и дополнительная информация по учету интернет-рекламы размещены на официальном сайте Роскомнадзора (<https://new.rkn.gov.ru/activity/register-ord/>).

Начальник Управления
организационного развития
и информационных технологий

А.Ю. Заверчев

