

Новое в регулировании



Обязательное размещение социальной рекламы на сайте

30.04.2021 были внесены изменения в Федеральный закон «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в части особенностей распространения социальной рекламы.

Внесенными изменениями вводится механизм реализации требования об обязательной квоте социальной рекламы (5% от общего объема рекламы) при распространении рекламы в Интернете.

Почему это важно?

Если вы являетесь владельцем сайта или иного информационного ресурса, на котором распространяется реклама, и который в сутки посещает более 100 000 пользователей из России, то с 01.07.2021 вы будете обязаны:

- направлять оператору социальной рекламы информацию об объемах, способах, формах и средствах распространения рекламы на вашем ресурсе;
- заключить договор о распространении социальной рекламы с оператором социальной рекламы;
- безвозмездно распространять на своем сайте (информационном ресурсе) социальную рекламу, предоставляемую оператором, в объеме 5% от общего объема распространяемой на этом сайте рекламы.

Эти правила распространяются не только на интернет-сайты, но и на другие информационные ресурсы, в том числе мобильные приложения, компьютерные программы, информационные системы.

При этом эти правила не распространяются на СМИ – сетевые издания, а также на телеканалы и радиоканалы.

Если реклама на информационном ресурсе распространяется с помощью рекламной сети, например, Яндекс.Директ или Google.AdSense (и владелец ресурса не контролирует, какая реклама размещается), то обязанность распространять социальную рекламу возлагается на оператора этой рекламной сети.

Настоящее Информационное сообщение (Legal Alert) содержит сведения о принятых изменениях в законодательстве РФ, имеющих отношение к Вашей компании, предоставляющих права или закрепляющих определенные обязанности, а также влияющих на осуществление деятельности компании.

Если у вас возникли вопросы в отношении этого сообщения, пожалуйста свяжитесь:

Кирилл Саськов

Партнер, руководитель корпоративной и арбитражной практики

моб. тел.: +7(921) 748-03-56

тел.: +7(812) 602-02-25

✉ kirill.saskov@kachkin.ru

Андрей Алексейчук

Юрист практики по интеллектуальной собственности /

информационным технологиям

моб. тел.: +7(963) 343-53-07

тел.: +7(812) 602-02-25

✉ andrey.alekseychuk@kachkin.ru

На данный момент за нарушения правил распространения социальной рекламы будет применяться общая ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ) в виде штрафа до 500 000 рублей (для юридических лиц). Не исключено при этом, что в будущем за нарушение данных правил будет установлена специальная ответственность.

Нормативно-правовой акт

Изменения внесены Федеральным законом от 30.04.2021 № 124-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе».

Сам закон вступил в силу с момента его официального опубликования – то есть 30.04.2021. Однако положения закона, касающиеся обязанности распространять социальную рекламу, вступают в силу 01.07.2021. К этому моменту Правительство РФ должно определить оператора социальной рекламы.

Подробности

Преыдущая редакция статьи 10 Закона о рекламе предусматривала обязанность любого рекламодателя заключить договор на распространение социальной рекламы в пределах 5% от общего объема рекламы. На практике реализация указанной обязанности осуществлялась путем механизма заключения договора в обязательном порядке, предусмотренного статьей 445 ГК РФ. Рекламодатели социальной рекламы обращались к рекламодателям с офертой о заключении договора, а рекламодатели могли отказаться от заключения договора при наличии оснований или предложить заключить договор на иных условиях.

Внесенными изменениями статья 10 Закона о рекламе и ряд иных положений закона дополняется механизмом распространения социальной рекламы в Интернете.

Теперь распространение социальной рекламы в Интернете будет осуществляться централизованно, через оператора социальной рекламы — специальную организацию, определяемую Правительством РФ по представлению Роскомнадзора.

Оператор социальной рекламы должен соответствовать следующим требованиям:

- это должна быть некоммерческая организация, не основанная на членстве (фонд, учреждение, автономная некоммерческая организация или иная подобная некоммерческая организация);
- в состав учредителей такой организации не должны входить иностранные граждане, иностранные организации или религиозные организации.

Какие-либо иные требования к оператору социальной рекламы законом не определены, равно как и не определены критерии и порядок определения оператора социальной рекламы. По всей видимости, эти вопросы должно будет определить Правительство РФ самостоятельно.

Срок полномочий оператора социальной рекламы составляет 5 лет, при этом полномочия оператора могут быть прекращены досрочно. Закон также не содержит запрета на назначение одной и той же организации на два и более срока подряд.

Именно оператор социальной рекламы будет заключать договоры с рекламодателями социальной рекламы (и, следовательно, определять, какая реклама подлежит распространению), выявлять потенциальных рекламодателей, направлять им запросы информации об объемах и способах распространения рекламы, а впоследствии – заключать договоры с рекламодателями и предоставлять им социальную рекламу для распространения.

В свою очередь, рекламодатели, отвечающие критериям, установленным законом (распространение рекламы на информационном ресурсе, который посещает более 100 000 пользователей из РФ в сутки), должны будут, во-первых, направлять оператору социальной рекламы запрошенную информацию об объемах, способах, формах и средствах распространения рекламы на информационных ресурсах, а, во-вторых, распространять на своих информационных ресурсах предоставляемую оператором социальную рекламу без взимания платы.

Для распространения социальной рекламы необходимо будет заключить договор с оператором социальной рекламы.

В Закон о рекламе вводится также новое понятие — рекламная система, под которой понимается «информационная система и (или) программа для электронных вычислительных машин, которые предназначены и используются для организации распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы посредством принадлежащих третьим лицам информационных ресурсов (сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», страниц сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных систем и (или) программ для электронных вычислительных машин)». Указанным определением, в частности, охватываются рекламные сети «Яндекс.Директ», Google AdSense и иные подобные системы.

Владелец информационного ресурса, который распространяет на своем ресурсе рекламу путем размещения элементов рекламной системы, освобождается от заключения договора с оператором социальной рекламы. Однако в этом случае такой договор должен будет заключить оператор рекламной системы.

Следует отметить, что внесенными изменениями не установлен порядок определения количества посетителей информационного ресурса для целей применения данных положений. По всей видимости, данный порядок должен быть разработан Правительством РФ либо Роскомнадзором.

Можно предположить, что разработанный порядок будет аналогичен порядку, применяемому для определения количества пользователей новостного агрегатора*, поскольку и в том, и в другом случае оценивается количество уникальных пользователей в сутки, находящихся на территории РФ. Тогда для оценки количества пользователей будет применяться:

- информация, размещенная владельцем информационного ресурса;
- общедоступная информация о количестве посетителей, включая данные счетчиков посетителей;
- данные, полученные с помощью специальных средств фиксации, применяемых Роскомнадзором;
- данные, предоставленные владельцем информационного ресурса по запросу.

* Приказ Роскомнадзора от 05.12.2016 № 307 «Об утверждении Методики определения количества пользователей программ для электронных вычислительных машин, сайтов и (или) страниц сайтов в сети «Интернет», которые используются для обработки и распространения новостной информации в сети «Интернет» в сутки».

Настоящее Информационное сообщение не является юридическим заключением, учитывающим особенности Вашей компании, а также охватывающим все возможные условия ведения предпринимательской деятельности, и не может заменять собой необходимость получения юридической консультации или заключения в конкретных практических ситуациях.