

О правилах распространения в сети «Интернет» социальной рекламы

Рекламораспространители, распространяющие в сети «Интернет» рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории РФ, на принадлежащих им информационных ресурсах (сайтах, страницах сайта, информационных системах и (или) программах), доступ к которым в течение суток составляет более 100 тыс. пользователей, находящихся на территории РФ, обязаны:

- направлять оператору социальной рекламы сведения об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы на принадлежащих им информационных ресурсах для формирования прогнозных значений объемов распространения социальной рекламы в Интернете и (или) прогнозных значения;

- распространять на принадлежащих им информационных ресурсах без взимания платы в пределах 5% ее годового объема социальную рекламу, предоставляемую для распространения оператором социальной рекламы, на основании заключаемого с ним договора.

Предусмотрено право указанного рекламораспространителя на основании договора предоставить возможность распространять рекламу на принадлежащем ему информационном ресурсе оператору рекламной системы. При этом оператор рекламной системы обязан направлять оператору социальной рекламы сведения об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы на информационном ресурсе.

Социальная реклама, распространяемая в сети «Интернет», должна содержать пометку «Социальная реклама», а также указание на рекламоделателя и на сайт или страницу сайта, содержащие информацию о нем.

Положения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), касающиеся распространения социальной рекламы в сети «Интернет», не распространяются на сайты, которые зарегистрированы в соответствии с Законом РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» в качестве сетевых изданий, а также на телеканалы и радиоканалы.

Полномочия антимонопольного органа по выдаче обязательных предписаний и проведению проверок соблюдения требований в сфере рекламы распространены на операторов рекламных систем.

Следует обратить внимание, что с 01.07.2021 частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» устанавливается ответственность рекламораспространителя за нарушение требований, установленных ч. 3.13, 3.14, 3.19 ст. 10 указанного Закона.

Одновременно с этим, частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» вводится ответственность оператора рекламной системы за нарушение требований, установленных ч. 3.14, 3.15, 3.16 ст. 10 Федерального

закона «О рекламе», а также в отдельных случаях за нарушение требований ч. 3.19 ст. 10 указанного Закона.