

КАК УБЕРЕЧЬ БИЗНЕС

ОТ ШТРАФОВ
ЗА НЕЛЕГАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ?



Меньшакова Ася

Адвокат Адвокатской палаты Архангельской области, медиатор, Член Ассоциации юристов медицинских клиник



Сегодня обсудим

-

С чего всё началось

-

Что есть реклама с точки зрения Федерального закона

-

Что такое «Интернет-реклама»

-

Что произошло 1 сентября 2023 года

-

Что грозит нарушителям требований к маркировке

-

Что не является рекламой в понимании федерального закона

-

Что является рекламой в разъяснении ФАС

-

Требования к рекламе медицинских услуг

-

Рекомендации по соблюдению требований

-

Полезные источники

1 сентября 2022 года

вступили в силу поправки
к Федеральному закону
«О рекламе»



Реклама должна сопровождаться пометкой «реклама», указанием на рекламодателя и/или его сайт и маркироваться специальным идентификатором – токеном. Токен должен вшиваться в ссылку объявления.

Информация передаётся в Роскомнадзор через Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР). По токену в ЕРИР можно отследить всю информацию по любому опубликованному материалу в интернете.

ЦЕЛЬ

прослеживание распространения рекламы в интернете -
от данных заказчика и информации об исполнителе
до потраченных бюджетов на рекламную кампанию

Реклама – это информация об объекте рекламирования (ст. 3 ФЗ «О рекламе»)



Объект рекламирования – это может быть наименование организации, названия товаров, средства индивидуализации и другие сведения, которые позволяют выделить конкретное лицо или товар среди множества однородных направлено на продвижение товара на рынке



Распространённая любым способом в общедоступных местах



Адресованная неопределённому кругу лиц



Способная вызвать интерес у неопределённого круга лиц



Направленная на привлечение внимания к объекту

«ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА»

– это реклама, способ распространения которой – через информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет"

Социальные сети относятся к интернет-площадкам, поэтому требования к рекламе в сети Интернет распространяются и на рекламу в соцсетях.

1 сентября 2023 года

вступили в силу
изменения в КоАП РФ



статья 14.3 была дополнена
частями 15-17: введена
ответственность за нарушение
требований к маркировке

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЗА НАРУШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К МАРКИРОВКЕ

Часть 15 ст. 14.3 КоАП РФ

КОГО МОГУТ ПРИВЛЕЧЬ

Рекламодатель, оператор
рекламной системы
рекламораспространитель

За что

Нарушения порядка подачи информации в ЕРИР, например: не предоставили информацию, нарушили сроки подачи – 30 дней после публикации рекламы, предоставили недостоверную, неполную, неактуальную информацию

Наказание - штраф

Граждане
от 10 000 до 30 000 рублей
Должностные лица, ИП
от 30 000 до 100 000 рублей
Юр.лица
от 200 000 до 500 000 рублей

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЗА НАРУШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К МАРКИРОВКЕ

Часть 16 ст. 14.3 КоАП РФ

Кого могут привлечь

Рекламодателя, оператора
рекламной системы
рекламораспространителя

За что

Нарушения, которые связаны с токеном,
например: неправильно разместили токен
на рекламе, не получили токен
и не указали его в рекламе

Наказание - штраф

Граждане
от 30 000 до 100 000 рублей
Должностные лица, ИП
от 100 000 до 200 000 рублей
Юр.лица
от 200 000 до 500 000 рублей

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЗА НАРУШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К МАРКИРОВКЕ

Часть 17 ст. 14.3 КоАП РФ

Кого могут привлечь

Оператора рекламных
данных

За что

Невыполнение обязанностей оператора
рекламных данных

Наказание - штраф

Граждане
от 10 000 до 30 000 рублей
Должностные лица, ИП
от 100 000 до 200 000 рублей
Юр.лица
от 300 000 до 700 000 рублей

КОНТРОЛЬ СО СТОРОНЫ РОСКОМНАДЗОРА

Привлекать будут за нарушения, совершенные после 1 сентября 2023 года. Если реклама длящаяся (например, размещается весь 2023 год), то за нее могут привлечь в ответственности

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЗА НАРУШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К МАРКИРОВКЕ

Часть 1 ст. 14.3 КоАП РФ

Кого могут привлечь

Рекламораспространитель

За что

Отсутствие в рекламе пометки «реклама», отсутствие указания на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта, содержащих информацию о рекламодателе такой рекламы

Наказание - штраф

Граждане
от 2 000 до 2 500 рублей
Должностные лица, ИП
от 4 000 до 20 000 рублей
Юр.лица
от 100 000 до 500 000 рублей

КОНТРОЛЬ СО СТОРОНЫ ФАС

Контрольные органы при необходимости будут взаимодействовать друг с другом

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ

Информация, не содержащая объект рекламирования, не направленная на продвижение товара на рынке и не формирующая интереса к товару

Информация в едином стиле об ассортименте услуг, организуемых мероприятиях, новостях, условиях, ценах и скидках, правилах пользования на официальном сайте, на страницах в соцсетях, официальном приложении

Информация, предоставляемая поисковой системой по запросу

Информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с ФЗ

Информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых компанией, партнерах компании и т.п., предназначенные для информирования посетителей

Отзывы потребителей об услугах, размещенные в специальных разделах

Размещенные информационные материалы, не формирующие интереса к какой-либо услуге

Размещение на официальном сайте компании или мероприятия информации о спонсорах/партнерах с изображением их товарных знаков (логотипов) в специальном разделе сайта, посвященном именно их описанию, если размещенная информация не формирует интерес непосредственно к спонсорам и они не являются самостоятельными объектами рекламирования, в обычном, едином стиле

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ

Информация на личной странице пользователя социальной сети, не формирующая интерес к какой-либо услуге и представляющая собой его личное мнение или отношение к какой-либо услуге

Информация о товаре, органично интегрированная в произведения науки, литературы или искусства, которые сами по себе не являются сведениями рекламного характера

Вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера. Размещайте на вывеске только наименование организации, адрес и режим работы

Обзор однородных одного или несколько товаров. Обзор подходит под тематику блога, выполнен в обычном, едином стиле, при этом нет призывов к покупке, ссылки на магазин, промокодов

Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки

Информация, нанесенная на сувенирную продукцию при предоставлении сотруднику юридического лица изготовленной сувенирной продукции

Вакансии на любых сайтах и в сообществах в соцсетях (описание условия работы, обязанностей)

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ

Информация в городских СМИ/
в новостных сообществах в соцсетях.
При этом сайт/сообщество посвящены
новостям города, района, анонсы
мероприятий/ материалы имеют
отношение к тематике
сайта/сообществу в соцсетях,
оформление в едином стиле

Если реклама размещалась
в печатном СМИ, то её перевод
в онлайн формат (PDF) не является
рекламой в интернете

Розыгрыш, призыв подписаться на
канал или сообщество в соцсетях.
При этом: розыгрыш проводит
владелец ресурса, услуга может быть
указана в качестве приза, нет
привлечения внимания к услуге,
указания характеристик

ОБЩЕЕ ПРАВИЛО:

Интернет-реклама должна быть надлежащим образом маркирована и информация о ней должна быть предоставлена в ЕРИР

Исключения



Реклама, размещенная на ТВ – и радиопрограммах, распространяемая без изменений в Интернете



Социальная реклама



Рекламодатель является изготовителем или продавцом товара и обладает исключительным правом на объект рекламирования, и при этом переложил такую обязанность на другого участника цепочки

Исключения

- 1 Реклама, размещенная на ТВ – и радиопрограммах, распространяемая без изменений в Интернете
- 2 Социальная реклама
- 3 Рекламодатель является изготовителем или продавцом товара и обладает исключительным правом на объект рекламирования, и при этом переложил такую обязанность на другого участника цепочки
- 4 Реклама была размещена в Интернете до 1 сентября 2022 года и договорные обязательства по ее размещению исполнены до этой даты
- 5 Сообщения в мессенджерах, в соцсетях (аудио, текстовые, иные форматы), push-уведомлениях, E-mail рассылки
- 6 Реклама в мессенджерах и push-уведомлениях приравнивается к смс-рекламе на такую рекламу также предлагается распространить требования о получении согласия по распространения рекламы

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ (РАЗЪЯСНЕНИЯ ФАС)

Информация содержит указание на профиль деятельности организации, оказывающей услуги, а также номер телефона или адрес сайта, позволяющие получателю такой информации воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией

Размещаемая на сайте, на странице в социальных сетях, или в приложении для мобильного устройства продавца информация направленная на привлечение внимания к конкретной услуге, мероприятию, и их выделение среди однородных услуг (например, размещении стационарного баннера)

Пресс-релиз, размещённый на своем сайте – реклама, если его репостят определённое количество раз по заказу за деньги

Пресс-релиз, размещённый на своем сайте – реклама, если его репостят определённое количество раз по заказу за деньги

На сайте раздела (разделе сайта) с вакансиями информация об услуге сторонней компании, выделяется среди общей массы

Информация в теле-, радиопередаче или теле-, радиопрограмме, в видеоролике на сайте в сети "Интернет", формирующая интерес к определенному лицу или товару, которая не воспринимается как составная часть общего сюжета, при этом такие товар или лицо представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, например за счет чрезмерного описания товара и его достоинств, призывов к покупке

В городских СМИ/в новостных сообществах в соцсетях

ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ (РАЗЪЯСНЕНИЯ ФАС)

Размещаемая на сайте, на странице в социальных сетях лица, оказывающего услуги, организатора мероприятий в официальном приложении для мобильных устройств информация об иных хозяйствующих субъектах, если такая информация привлекает внимание к таким хозяйствующим субъектам, а не деятельности указанного продавца

В социальных сетях розыгрыш проводит не владелец ресурса. Есть объект рекламирования, информация направлена на продвижение товара или компании на рынке

Когда на странице результатов поисковой выдачи помимо информации, предоставляемой поисковой системой по запросу пользователя, также размещается информация, направленная на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров (например, всплывающий баннер или информация, размещенная посредством системы размещения контекстной рекламы

В анонсе есть объект рекламирования, информация выделяется среди общей информации, привлекает внимание к товару или услуге, есть призыв к покупке, ссылка на магазин промокод и т.д

В соцсетях содержится призыв подписаться на чужие каналы/сообщества в других соцсетях, ссылка на чужой сайт, есть объект рекламирования, информация направлена на продвижение товара или компании на рынке

РЕКЛАМА В INSTAGRAM

*Instagram принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ

Позиция ФАС России

- 1 Закон применяется к рекламе независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории России
- 2 Доступ к данному сайту органичен, поэтому реклама, размещаемая на данном сайте в сети Интернет на территории РФ не распространяется
- 3 Вопрос о правомерности и порядка размещения рекламы на данном сайте в настоящее время в компетенцию ФАС России не входит

Позиция Роскомнадзора

Установленные законом обязанности подлежат исполнению лицами, распространяющими рекламу, в том числе в социальной сети Instagram.

Невыполнение владельцами аккаунтов требований российского законодательства предоставит сети Instagram неконкурентное преимущество перед российскими социальными сетями, соблюдающими законодательство РФ.

Реклама медицинских услуг не должна:



Общие требования
к рекламе медицинских услуг



Быть недобросовестной,
то есть

- содержать некорректные сравнения с другими исполнителя: «самая низкая цена в городе», «лучшие врачи города только у нас», «мы лучшие»
- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента
- представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте
- является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством



Быть недостоверной,
то есть

Реклама медицинских услуг не должна:



Общие требования
к рекламе медицинских услуг



Быть недостоверной, то есть не должна содержать не соответствующие действительности сведения

- о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами
- характеристиках услуги, о стоимости, порядке оплаты, размерах скидки, о конкурсах, акциях
- о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара. Такая гарантия не может быть достоверной, поскольку каждый организм индивидуален и некоторые болезни не поддаются лечению. Также реклама не может гарантировать положительное действие объекта рекламирования и его эффективность

Реклама медицинских услуг не должна:



Общие требования
к рекламе медицинских услуг

- 3 Побуждать к совершению противоправных действий
- 3 Призывать к насилию и жестокости
- 4 Иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта
- 5 Содержать информацию порнографического характера

Реклама медицинских услуг не должна:



Общие требования
к рекламе медицинских услуг

6. Формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц
7. содержать информацию, пропагандирующую либо демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола
8. Быть неэтичной. В рекламе не допускаются:

Реклама медицинских услуг не должна:



Общие требования
к рекламе медицинских услуг



Быть неэтичной. В рекламе не допускаются:

- использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации
- указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами
- демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции, в том числе с использованием устройств для потребления никотинсодержащей продукции, и потребления алкогольной продукции, например: изображение персонала как девушек лёгкого поведения

Реклама медицинских услуг не должна:



Специальные требования
к рекламе медицинских услуг (ст. 24 ФЗ «О рекламе»)



содержать ссылки на случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования, Фото до и после



содержать выражение благодарности физлицами в связи с использованием объекта рекламирования



создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для госрегистрации объекта рекламирования



содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы заболеваний или расстройств здоровья

Реклама медицинских услуг



Должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов



в рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды



в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра



в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства)



В печатной рекламе текст предостережений должен быть читаемый

Реклама медицинских услуг



Должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов



Если реклама на радио или в аудиосообщении предупреждения должны быть проговорены не слишком быстро



Предупреждение должно быть и при обзвоне, и при СМС-рассылке

Важно, чтобы в рекламе не раскрывалось содержание метода профилактики, способа или приема диагностики, лечения и медицинской реабилитации.



Не допустима реклама



Товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений



Медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЧАСТЬ 5 СТАТЬИ 14.3 КОАП РФ

За что

Нарушения установленных
законодательством о рекламе
требований к рекламе медицинских услуг

Наказание - штраф

Граждане
от 2 000 до 2 500 рублей

Должностные лица, ИП
от 10 000 до 20 000 рублей

Юр.лица
от 200 000 до 500 000 рублей

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ЧАСТЬ 1 СТАТЬИ 14.3 КОАП РФ

За что

Нарушение установленных законодательством о рекламе товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений, медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности

Наказание - штраф

Граждане
от 2 000 до 2 500 рублей

Должностные лица, ИП
от 4 000 до 20 000 рублей

Юр.лица
от 100 000 до 500 000 рублей

ВАЖНО ПОМНИТЬ



о правилах
рекламных площадок



о необходимости
соблюдения врачебной тайны



о требованиях ФЗ
«О персональных данных»



об авторских
правах

РЕКОМЕНДАЦИИ

ШАГ 1

Оценить все размещаемые материалы, на предмет того, являются ли они рекламой или нет. В случае сомнений можно направить запрос в ФАС.

ШАГ 1.1

В случае, если материал является рекламой, необходимо оценить его на предмет соответствия общим требованиям к рекламе и на предмет соответствия специальным требованиям рекламы медуслуг

ШАГ 1.2

Если Интернет-реклама не попадает под исключения необходимо соблюсти требования к маркировке

ШАГ 2: САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

Если организация приняла решение вести этот процесс самостоятельно, необходимо назначить ответственное лицо за процесс маркировки, провести его обучение, внести изменения в его трудовой договор, должностную инструкцию, а именно дополнить должностными обязанностями: обеспечить регистрацию организации в ОРД и ЕРИР, получать идентификатор, обеспечивать передачу данных по рекламным материалам в ЕРИР.

РЕКОМЕНДАЦИИ

ШАГ 2: САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

Если организация приняла решение вести этот процесс самостоятельно, необходимо назначить ответственное лицо за процесс маркировки, провести его обучение, внести изменения в его трудовой договор, должностную инструкцию, а именно дополнить должностными обязанностями: обеспечить регистрацию в ОРД и ЕРИР, получать идентификатор, обеспечивать передачу данных по рекламным материалам в ЕРИР.

ШАГ 2: ДЕЛЕГИРОВАНИЕ

РЕКОМЕНДОВАННЫЙ ВАРИАНТ

Организация может передать обязанности по получению токена и передаче информации в ЕРИР рекламодателю по договору. Для этого необходимо заключить договор возмездного оказания услуг и четко прописать обязанности рекламодателя или внести изменения в существующий договор.

ОБЯЗАННОСТИ

РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНТЕЛЯ

- Обеспечить регистрацию заказчика в ОРД, получать от оператора рекламных данных (далее – ОРД) идентификатор рекламы
- Указывать идентификатор рекламы во всех Рекламных материалах до распространения рекламы
- Добавлять пометку «реклама», а также указание на рекламодателя или сайт с информацией о нем во все Рекламные материалы до их распространения
- Передавать за Заказчика всю необходимую информацию о распространенной рекламе в Единый реестр интернет-рекламы (далее – ЕРИР) через ОРД в порядке и сроки, установленные законодательством РФ.
- Исполнитель передает информацию в ЕРИР самостоятельно или обеспечивает наличие идентичной обязанности о передаче информации в ЕРИР за Заказчика в договоре с лицом, обязанным передавать такую информацию

Также можно Включить в договор с рекламораспространителем пункт о возмещении потерь, в случае наложения штрафов на медорганизацию, если материал признают не информацией, а рекламой.

Возможная формулировка:

«В соответствии с нормами ст. 406.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, Стороны договорились закрепить обязанность Стороны -2 возместить имущественные потери Стороны -1, возникшие в случае признания информационных материалов рекламой, привлечения в связи с этим Стороны - 1 к административной ответственности и назначения наказания в виде штрафа».

11. При наличии сомнений относительно того, является ли материал рекламой или информацией, рекомендуется его промаркировать и передать информацию о нем в ЕРИР до появления новых разъяснений или правоприменительной практики.

12. Важно читать закон, подзаконные акты и регулярно отслеживать изменения и разъяснения.

ПОЛЕЗНЫЕ ИСТОЧНИКИ

- 01** Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
- 02** "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ
- 03** Постановление Правительства РФ от 25 мая 2022 г. N 948р
- 04** Приказ ФАС России от 14.11.2023 N 821/23 "Об утверждении руководства по соблюдению обязательных требований "Понятие рекламы"
- 05** Постановление Правительства РФ от 25 мая 2022 г. N 948
- 06** Приказ ФАС России от 14.11.2023 N 821/23 "Об утверждении руководства по соблюдению обязательных требований "Понятие рекламы"
- 07** Рекомендации по размещению идентификатора рекламы (erid) в форматах интернет-рекламы (подготовлены Роскомнадзором)
- 08** Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. N 63
- 09** Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. N 62 "
- 10** Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 N 1362-р (ред. от 20.12.2022) Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 30 ноября 2022 г. № 191
- 11** <Письмо> ФАС России от 03.10.2022 N КТ/90922/22 "О разъяснении частей 12, 15, 16 статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе»

ПОЛЕЗНЫЕ ИСТОЧНИКИ

12 40 вопросов
Роскомнадзору
о новом законе учета
интернет-рекламы



13 РНК разъясняет
порядок учета
интернет-рекламы
на август 2022



14 РНК разъясняет
порядок учета
интернет-рекламы
на октябрь 2022



15 РНК разъясняет
порядок учета
интернет-рекламы
на февраль 2023



16 Круглый стол
"Маркировка
рекламы в Рунете"



17 Реклама или
информация:
мнение ФАС России



18 ВКС с Роскомнадзором
и ФАС России на тему «Маркировка
рекламы в интернете»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Контакты

МЕНЬШАКОВА АСЯ СЕРГЕЕВНА

1 Адвокат Адвокатской палаты
Архангельской области

2 Медиатор

3 Член Ассоциации юристов
медицинских клиник

menshakova_asya@mail.ru



Телеграм-канал



Сайт Ассоциации
юристов
медицинских
клиник



8-921-078-21-80

