Как предприниматели теперь должны маркировать рекламу?
⠀
С 1 сентября 2022 года реклама, размещаемая в Интернете, должна быть маркирована. Такие поправки дополнили действующий закон «О рекламе».
⠀
Положения об обязательной маркировке и учете касаются интернет-рекламы, которая направлена на потребителей, находящихся на территории России. Исключения составляют только email-рассылки и push-уведомления. Теперь на всех «креативах» в интернете должна стоять маркировка «реклама».
⠀
Кроме того, новые положения закона о рекламе предусматривают создание единой информационной системы учета рекламы в Интернете – Единый Реестр Интернет-Рекламы (ЕРИР). Оператором ЕРИР выступил Роскомнадзор.
⠀
Роскомнадзор будет осуществлять учет, хранение и обработку информации об интернет-рекламе, в том числе сведений о ее рекламодателях и рекламораспространителях, а также об операторах рекламных систем.
⠀
Это значит, что с 1 сентября 2022 года, помимо маркировки, информацию обо всех рекламных кампаниях в интернете необходимо будет передавать в единый реестр интернет-рекламы Роскомнадзора. Делать это будут аттестованные операторы рекламных данных. Такой статус получат крупные рекламные площадки: Яндекс, VK, МТС, ОЗОН, Вымпелком и другие.
⠀
Если вы продвигаете свои товары или услуги на какой-нибудь онлайн-площадке, нужно завести официальный рекламный аккаунт (личный кабинет), через который и предстоит осуществлять все необходимые проводки для размещения рекламы.
⠀
Нарушение требования об учете и маркировке рекламы может повлечь наложение административного штрафа – для юридических лиц в размере от 100 тысяч рублей до 500 тысяч рублей (ч. 1 ст. 14.3 КоАП).
⠀
Подробнее ознакомиться с руководством для рекламодателей по подготовке к маркировке интернет-рекламы и вступлению в силу изменений в Закон «О Рекламе» можно по ссылке [https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/07/a](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Finteractivead.ru%2Fwp-content%2Fuploads%2F2022%2F07%2Fa&post=596999862_185&cc_key=)..
Рекомендации подготовили специалисты Ассоциации коммуникационных агентств России и Ассоциации Развития Интерактивной Рекламы совместно с Роскомнадзором.