



ВЗАМЕН
РАЗОСЛАННОГО

МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ЗАРЕГИСТРИРОВАНО
Регистрационный № 68635
от 30 мая 2022.

ПРИКАЗ

11.04.2022

№ 64

Москва

Об утверждении Требований к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

В соответствии с частью 6 статьи 18¹ Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2021, № 27, ст. 5175) и пунктом 1 Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2009 г. № 228 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 12, ст. 1431), п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить прилагаемые Требования к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

2. Настоящий приказ вступает в силу с 1 сентября 2022 г. и действует до 1 сентября 2028 г.

3. Подпункты «е» – «к» пункта 6 Требований к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций,

утвержденных настоящим приказом, вступают в силу с 1 марта 2023 г.

Руководитель

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

А.Ю. Липов

УТВЕРЖДЕНЫ
приказом Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
от 11.04.2022 № 64

Требования
к программам для электронных вычислительных машин, используемым
операторами рекламных данных для учета рекламы
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
и предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере
связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

1. Программы для электронных вычислительных машин, используемые операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») и (или) предоставления информации в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – уполномоченный орган, программное обеспечение соответственно), должны отвечать следующим требованиям:

а) принадлежать оператору рекламных данных, обладающему исключительным правом использования программного обеспечения, в том числе на основании лицензионного договора в течение срока действия исключительного права на программное обеспечение;

б) обеспечивать сохранность получаемой и передаваемой с их использованием информации, иметь защиту от преднамеренных и непреднамеренных информационных воздействий;

в) соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации о защите информации и о персональных данных;

г) включать комплект встроенной службы поддержки для рекламодателей, рекламораспространителей или операторов рекламных систем, взаимодействующих с оператором рекламных данных при предоставлении информации о распространении рекламы в сети «Интернет», включая непосредственно рекламу

(далее – поставщики данных), по вопросам использования программного обеспечения;

д) распространяться на территории Российской Федерации свободно, без ограничений со стороны лица, обладающего исключительным правом на программное обеспечение.

2. Управление и обновление программного обеспечения должно быть одобрено оператором рекламных данных в случае их осуществления с территории иностранных государств.

3. Программное обеспечение должно функционировать в непрерывном режиме, круглосуточно.

4. При функционировании программного обеспечения могут использоваться иные языки помимо русского языка.

5. Программное обеспечение при обеспечении доступа пользователей должно поддерживать возможность использования интернет-браузеров не менее чем 3 различных правообладателей. Сведения об одном из таких интернет-браузеров должны быть включены в единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных, созданный в соответствии с частью первой статьи 12.1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31, ст. 3448; 2015, № 27, ст. 3979).

6. С использованием программного обеспечения должны обеспечиваться:

а) получение непосредственно рекламы до ее распространения в сети «Интернет», а также информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе, передаваемой поставщиками данных, хранение и обработка информации о рекламе, в том числе непосредственно рекламы;

б) предоставление информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе в информационную систему, функционирование которой обеспечивается радиочастотной службой¹ (далее – информационная система)²;

¹ Подпункт «е» пункта 4 Положения о радиочастотной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 14 мая 2014 г. № 434 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, № 20, ст. 2542).

² Часть 15 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

в) неизменность информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе, полученной оператором рекламных данных от поставщиков данных, и предоставляемой оператором рекламных данных в информационную систему;

г) хранение информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе не менее года со дня ее предоставления в информационную систему, а непосредственно рекламы, предоставленной поставщиками данных, в течение года с даты предоставления информации об этой рекламе в уполномоченный орган в случае, если поставщики данных предоставили информацию о распространенной в сети «Интернет» рекламе в уполномоченный орган через оператора рекламных данных, или с даты получения рекламы от поставщиков данных для хранения, в случае если они предоставили информацию о распространении такой рекламы в сети «Интернет» в уполномоченный орган самостоятельно либо через иного оператора рекламных данных, за исключением случаев размещения рекламы в составе авторских произведений в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

д) поддержание интеграции программного обеспечения в информационную систему посредством применения программного интерфейса программного обеспечения в текстовом формате обмена данными, основанном на технологии JavaScript (нотация объекта JavaScript (JavaScript Object Notation), реализация и документирование прикладных программных интерфейсов (API) для интеграции в информационную систему, а также возможность осуществления технической интеграции программного обеспечения в информационные ресурсы, информационные системы и (или) программы для электронных вычислительных машин рекламораспространителей, операторов рекламных систем, обслуживаемых оператором рекламных данных;

е) мониторинг распространения рекламы в сети «Интернет»;

ж) анализ наличия в рекламе и её содержании информации, предназначенной для идентификации рекламы в целях распространения в сети «Интернет» с использованием уникальных числовых обозначений распространяемой рекламы (далее – идентификатор рекламы);

з) фиксация следующих параметров распространения рекламы в сети «Интернет»:

сведения о средствах распространения рекламы рекламодателя в сети «Интернет» (наименование сайта и (или) страницы сайта в сети «Интернет» и (или) информационной системы и (или) программы для электронных вычислительных машин (при их наличии), сетевой адрес, доменное имя, указатель страницы сайта в сети «Интернет» или иная форма идентификации);

о размещении программ для электронных вычислительных машин рекламодателя, посредством которых обеспечивается доступ в сети «Интернет» к рекламе;

об информационной системе и (или) программе для электронных вычислительных машин, которые предназначены и используются оператором рекламной системы для организации распространения в сети «Интернет» рекламы посредством принадлежащих третьим лицам информационных ресурсов;

об информационных ресурсах, принадлежащих третьим лицам, посредством которых оператором рекламной системы обеспечивается доступ в сети «Интернет» к рекламе (наименование сайта и (или) страницы сайта в сети «Интернет» и (или) информационной системы и (или) программы для электронных вычислительных машин (при их наличии), сетевой адрес, доменное имя, указатель страницы сайта в сети «Интернет» или иная форма идентификации);

о размещении программ для электронных вычислительных машин, принадлежащих третьим лицам, посредством которых оператором рекламной системы обеспечивается доступ в сети «Интернет» к рекламе;

общее описание объекта рекламирования;

сведения о фактически использованных для распространения рекламы в сети «Интернет» средствах распространения рекламы в сети «Интернет» (сайт и (или) страница сайта в сети «Интернет», информационная система, программа для электронных вычислительных машин), а также о рекламных системах (при использовании рекламной системы);

информация о фактических объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых

рекламораспространителем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также о фактах доступа (переходов) потребителей рекламы к информации об объекте рекламирования или самому объекту рекламирования (при наличии) (далее – факт доступа) посредством таких информационных ресурсов, о фактических объемах показов рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и фактическом распределении таких показов рекламы и фактов доступа (при наличии) между рекламными системами, за исключением случаев размещения рекламы в составе авторских произведений в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

форма распространения рекламы в сети «Интернет», включающей все типы баннеров, текстовый или текстово-графический блок, все типы видеороликов, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире;

срок размещения рекламы в сети «Интернет» или дата начала рекламной кампании в случае размещения рекламы в составе авторских произведений в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

информация о целевой аудитории рекламы с учетом пола, возраста, территории проживания (нахождения), иных социально-демографических параметров дифференциации (при наличии такой информации);

реклама в той форме, в которой она была фактически распространена в сети «Интернет», за исключением случаев размещения рекламы в составе авторских произведений в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

и) выявление в автоматическом режиме несоответствий в информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе (далее – несоответствие), полученной оператором рекламных данных от взаимодействующих с ним поставщиков данных для предоставления в уполномоченный орган, за исключением случаев размещения рекламы в составе авторских произведений в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

к) передача информации о выявленных несоответствиях в информационную систему уполномоченного органа с указанием поставщика данных, информационного ресурса, адреса информационного ресурса в сети «Интернет»,

рекламной системы и адреса или иного способа идентификации информационной системы и (или) программы для электронных вычислительных машин оператора рекламной системы, в которых было выявлено несоответствие;

л) взаимодействие с информационной системой, включая формирование оператором рекламных данных идентификаторов рекламы, их предоставление рекламораспространителю, оператору рекламной системы.

7. С использованием программного обеспечения должен осуществляться расчет объема несоответствий в информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе, полученной оператором рекламных данных от поставщиков данных, которые взаимодействуют с ним, устанавливаемых в соответствии с подпунктом «и» пункта 6 настоящих требований, и превышающий 5% от общего объема предоставленной информации о фактических объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых рекламораспространителем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также фактов доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов, о фактических объемах показов рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и фактическом распределении таких показов рекламы и фактов доступа (при наличии) между рекламными системами.

8. Посредством использования программного обеспечения должен формироваться идентификатор рекламы, состоящий из 32 знаков, расположенных в следующей последовательности:

ДДММГГXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXЧ, где

ДД (с 1-го по 2-й знак) – дата формирования идентификатора;

ММ (с 3-го по 4-й знак) – месяц формирования идентификатора;

ГГ (с 5-го по 6-й знак) – год формирования идентификатора;

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX (с 7-го по 31-й знак) – учетный номер рекламы оператора рекламных данных, который включает в себя в том числе порядковый номер включения оператора рекламных данных в реестр операторов рекламных данных и порядковый номер рекламы, полученной оператором рекламных данных для присвоения идентификатора в течение месяца;

Ч (32-й знак) – контрольное число.

9. В программное обеспечение должна быть встроена система оценки работоспособности, информирующая в автоматическом режиме оператора рекламных данных о наличии сбоев и (или) ошибок в функционировании программного обеспечения и обеспечивающая передачу таких данных в информационную систему.

10. Посредством использования программного обеспечения поставщикам данных должно обеспечиваться предоставление доступа:

а) к программному обеспечению с использованием средств интернет-браузера;

б) к программному интерфейсу, позволяющему в автоматическом режиме предоставлять информацию о распространяемой в сети «Интернет» рекламе.
