



# ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 28 мая 2022 г. № 974

МОСКВА

**Об утверждении Правил взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", включая порядок, сроки и формат предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе**

В соответствии с частью 9 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" Правительство Российской Федерации **п о с т а н о в л я е т** :

1. Утвердить прилагаемые Правила взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", включая порядок, сроки и формат предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе.

2. Настоящее постановление вступает в силу с 1 сентября 2022 г. и действует в течение 6 лет с даты вступления его в силу.

3. Подпункт "г" пункта 2, пункты 12, 13, 14 и 18 Правил, утвержденных настоящим постановлением, вступают в силу с 1 марта 2023 г.

Председатель Правительства  
Российской Федерации



М.Мишустин



УТВЕРЖДЕНЫ  
постановлением Правительства  
Российской Федерации  
от 28 мая 2022 г. № 974

## П Р А В И Л А

**взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций  
с операторами рекламных данных и лицами, указанными  
в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", включая  
порядок, сроки и формат предоставления в Федеральную службу  
по надзору в сфере связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций информации о распространенной  
в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе**

1. Настоящие Правила определяют порядок взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее - уполномоченный орган) с операторами рекламных данных, а также рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем, разместившими в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации (далее соответственно - реклама, рекламодатели, рекламодателями, операторы рекламных систем), включая порядок, сроки и формат предоставления операторами рекламных данных, рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем в уполномоченный орган информации о распространенной в сети "Интернет" рекламе (далее - информация о рекламе).

2. Взаимодействие уполномоченного органа с операторами рекламных данных, рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем осуществляется следующими способами:



а) передача оператором рекламных данных в уполномоченный орган информации о рекламе, состав которой определяется в соответствии с частью 1 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", которую рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем предоставили оператору рекламных данных в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе";

б) предоставление оператором рекламных данных по запросу, направленному уполномоченным органом в рамках его полномочий, информации о рекламе, непосредственно рекламы в той форме, в которой она распространена в сети "Интернет", в целях установления фактов предоставления недостоверной информации о рекламе при возникновении такой необходимости со стороны уполномоченного органа;

в) предоставление рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем в уполномоченный орган информации о рекламе, в случае если такая информация предоставляется рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем в уполномоченный орган самостоятельно в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе";

г) направление оператором рекламных данных в уполномоченный орган сведений о несоответствиях в информации о рекламе, предоставленной рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламной системы оператору рекламных данных при осуществлении оператором рекламных данных мониторинга и анализа рекламы в соответствии с пунктом 18 настоящих Правил;

д) направление уполномоченным органом запросов о предоставлении информации о рекламе, формируемых по результатам обработки и анализа информации о рекламе, в том числе в целях сверки информации о рекламе, осуществляемой в соответствии с частью 10 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" (далее - сверка), и предоставление ответов на запросы о предоставлении информации о рекламе операторами рекламных данных, рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем;

е) направление уполномоченным органом оператору рекламных данных, рекламодателю, рекламораспространителю, оператору рекламных систем уведомления о выявленных по результатам сверки несоответствиях в информации о рекламе, предоставленной оператором рекламных данных и (или) рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламных систем.



3. Взаимодействие уполномоченного органа с операторами рекламных данных, рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем осуществляется с использованием информационной системы радиочастотной службы, обеспечивающей осуществление организационных и технических мер, необходимых для реализации уполномоченным органом полномочий по учету, хранению и обработке информации о рекламе в соответствии с частью 2 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" (далее соответственно - информационная система, радиочастотная служба). Информационная система подлежит подключению к единой системе межведомственного электронного взаимодействия в соответствии с Положением о единой системе межведомственного электронного взаимодействия, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697 "О единой системе межведомственного электронного взаимодействия".

4. Доступ оператора рекламных данных, рекламодателя, рекламодателя, оператора рекламных систем к информационной системе и информационное взаимодействие оператора рекламных данных, рекламодателя, рекламодателя, оператора рекламных систем с уполномоченным органом, если иное не предусмотрено пунктом 8 настоящих Правил, осуществляются посредством личного кабинета, являющегося неотъемлемой частью информационной системы (далее - личный кабинет). Вход в личный кабинет осуществляется посредством обращения к информационной системе, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в сети "Интернет".

5. Доступ к личному кабинету осуществляется с использованием подтвержденной учетной записи оператора рекламных данных, рекламодателя, рекламодателя, оператора рекламных систем в федеральной государственной информационной системе "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме".

6. Радиочастотная служба и оператор рекламных данных не позднее 15 рабочих дней с даты внесения реестровой записи об операторе рекламных данных в реестр операторов рекламных данных подписывают протокол об информационном взаимодействии (далее - протокол



взаимодействия), в который включаются технические характеристики взаимодействия и сведения об уполномоченных на такое взаимодействие сотрудниках оператора рекламных данных с указанием фамилии, имени, отчества (при наличии), должности, номера телефона и адреса электронной почты. Проект протокола взаимодействия составляется радиочастотной службой и согласовывается с оператором рекламных данных до подписания. Оператор рекламных данных до подписания протокола взаимодействия может внести в него необходимые изменения. Протокол взаимодействия подписывается уполномоченными должностными лицами радиочастотной службы и оператора рекламных данных на бумажном носителе собственноручно или электронной подписью в соответствии с требованиями Федерального закона "Об электронной подписи".

7. Взаимодействие уполномоченного органа с оператором рекламных данных может осуществляться посредством единой системы межведомственного электронного взаимодействия, функционирующей в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697 "О единой системе межведомственного электронного взаимодействия".

8. Передача оператором рекламных данных уполномоченному органу информации о рекламе, которую рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем предоставили оператору рекламных данных, осуществляется в течение месяца, следующего за календарным месяцем, в котором было осуществлено распространение в сети "Интернет" рекламы, посредством автоматического взаимодействия используемой оператором рекламных данных программы для электронных вычислительных машин, предназначенной для установления факта распространения в сети "Интернет" рекламы, с информационной системой.

9. Электронный документ, содержащий информацию о рекламе, направляемый оператором рекламных данных в уполномоченный орган, подписывается лицом, уполномоченным оператором рекламных данных на его подписание, в соответствии с требованиями Федерального закона "Об электронной подписи".

10. Предоставление рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем информации о рекламе, в случае если такая информация предоставляется рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем в уполномоченный орган самостоятельно в соответствии с частью 5



статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", осуществляется в течение месяца, следующего за календарным месяцем, в котором было осуществлено распространение в сети "Интернет" такой рекламы, посредством личного кабинета. Электронный документ, содержащий информацию о рекламе, подписывается лицом, уполномоченным на его подписание соответственно рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламных систем, в соответствии с требованиями Федерального закона "Об электронной подписи".

11. Взаимодействие, предусмотренное настоящими Правилами, осуществляется исключительно в электронном формате с использованием автоматически формируемых в личном кабинете форм документов. Взаимодействие информационной системы и используемой оператором рекламных данных программы для электронных вычислительных машин, предназначенной для установления факта распространения в сети "Интернет" рекламы, предусматривает обмен информацией в электронном виде в автоматическом режиме по защищенным каналам связи, исключающим доступ к информации третьих лиц, с использованием технологии шифрования.

12. В целях взаимодействия с уполномоченным органом, предусмотренного подпунктом "а" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных вправе обеспечивать формирование и направление в уполномоченный орган сведений о выявленных по результатам мониторинга, предусмотренного пунктом 18 настоящих Правил, несоответствиях в информации о рекламе, предоставленной рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламной системы оператору рекламных данных и учитываемой оператором рекламных данных.

13. Сведения, указанные в пункте 12 настоящих Правил, предоставляются оператором рекламных данных в уполномоченный орган в случае, если информация об объемах и о распределении показов рекламы в сети "Интернет" на администрируемых и (или) используемых рекламораспространителем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также о фактах доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и о фактах доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и о распределении таких показов рекламы и о фактах доступа (при наличии) между рекламными системами, полученная оператором рекламных данных от рекламодателя, рекламораспространителя, оператора



рекламной системы в составе информации о рекламе, не соответствует более чем на 5 процентов информации об объемах и о распределении показов рекламы в сети "Интернет" на администрируемых и (или) используемых рекламодателем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также о фактах доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и о фактах доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и о распределении таких показов рекламы и о фактах доступа (при наличии) между рекламными системами, учитываемой оператором рекламных данных по результатам мониторинга, предусмотренного пунктом 18 настоящих Правил.

14. Сведения, предусмотренные пунктом 12 настоящих Правил, предоставляются оператором рекламных данных в уполномоченный орган в течение месяца, следующего за календарным месяцем, в котором оператором рекламных данных была получена информация о рекламе.

15. Запросы и уведомления, предусмотренные подпунктами "б", "д" и "е" пункта 2 настоящих Правил, направляются уполномоченным органом оператору рекламных данных, рекламодателю, рекламодателю, оператору рекламных систем посредством размещения указанных запросов и уведомлений в личных кабинетах оператора рекламных данных, рекламодателя, рекламодателя, оператора рекламных систем.

16. Ответы на запросы, предусмотренные подпунктами "б" и "д" пункта 2 настоящих Правил, предоставляются в уполномоченный орган не позднее 5 дней с даты размещения соответствующего запроса в личном кабинете.

17. В случае выявления по результатам сверки несоответствий в информации о рекламе, предоставленной в уполномоченный орган, уполномоченный орган направляет оператору рекламных данных, рекламодателю, рекламодателю, оператору рекламных систем уведомление о выявленных несоответствиях в информации о рекламе, предоставленной оператором рекламных данных и (или) рекламодателем, рекламодателем, оператором рекламных систем.

18. В целях обеспечения взаимодействия с уполномоченным органом, предусмотренного подпунктами "г" и "д" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных вправе осуществлять мониторинг и анализ распространенной в сети "Интернет" рекламы взаимодействующих с ним рекламодателей, рекламодателей, операторов рекламных систем, включая перекрестный анализ



предоставленной рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями, операторами рекламных систем информации о рекламе.

19. Оператор рекламных данных не вправе передавать информацию о рекламе, полученную от рекламодателей, рекламодателями, операторов рекламных систем в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", иным лицам, за исключением уполномоченного органа, а также использовать указанную информацию в целях извлечения прибыли. Информация о рекламе, полученная оператором рекламных данных от рекламодателя, рекламодателями, оператора рекламных систем в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", может быть передана оператором рекламных данных рекламодателю, рекламодателями, оператору рекламных систем, от которого была получена информация о рекламе, по его запросу.

20. По запросу уполномоченного органа, предусмотренному подпунктом "б" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных предоставляет имеющуюся у него и (или) полученную от рекламодателя, оператора рекламных систем информацию о рекламе, непосредственно рекламу в течение суток с даты поступления такого запроса.

---

