



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 № 68649

от "31" мая 2024.

ПРИКАЗ

11.04.2022

№ 63

Москва

**Об определении состава информации о распространенной
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе,
имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере
связи, информационных технологий и массовых коммуникаций,
доступ к которой вправе получить рекламодатель,
рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор
рекламных данных, оператор социальной рекламы, а также порядка
предоставления такой информации**

В соответствии с частью 14 статьи 18¹ Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации 2006, № 12, ст. 1232; № 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:

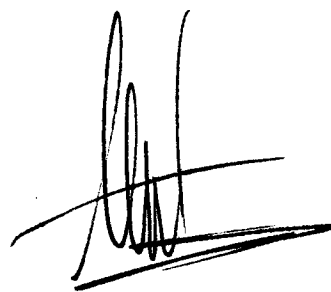
а) состав информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодатель,

рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы (приложение № 1 к настоящему приказу);

б) порядок предоставления информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы (приложение № 2 к настоящему приказу).

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

Руководитель



А.Ю. Липов

Приложение № 1
к приказу Федеральной службы по
надзору в сфере связи,
информационных технологий и
массовых коммуникаций

от 11.04.2022 № 63

Состав
информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной
сети «Интернет» рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в
сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций,
доступ к которой вправе получить рекламодатель,
рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор
рекламных данных, оператор социальной рекламы

1. Рекламодатель вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») рекламы, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – уполномоченный орган) и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

- а) об общем описании объекта рекламирования;
- б) об основном типе рекламной кампании в сети «Интернет»;
- в) о сроке размещения рекламы рекламодателя в сети «Интернет» или дате начала рекламной кампании в случае размещения рекламы в составе произведений, являющихся объектами авторских прав, в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;
- г) об 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);
- д) об объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых рекламораспространителем,

оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также фактов доступа (переходов) потребителей рекламы к информации об объекте рекламирования или самому объекту рекламирования (при наличии) (далее – факт доступа) посредством таких информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и распределении таких показов рекламы и фактов доступа (при наличии) между рекламными системами;

е) о форме 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;

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

з) об уникальных числовых обозначениях распространяемой и (или) распространенной рекламы, предназначенных для идентификации рекламы, в целях её распространения в сети «Интернет» (далее – идентификатор рекламы);

и) о договоре (договорах), заключенном между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) их представителями и посредниками, в той части, которая касается рекламы рекламодателя, полученных им идентификаторов рекламы и отражает информацию о договорах, заключенных непосредственно с рекламодателем, и (или) рекламораспространителем (при участии в распространении рекламы), и (или) оператором рекламной системы (при участии в распространении рекламы).

2. Рекламораспространитель вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы, имеющейся у уполномоченного органа, и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) об общем описании объекта рекламирования;

б) об основном типе рекламной кампании в сети «Интернет»;

в) о сроке размещения рекламы с использованием средств распространения рекламы в сети «Интернет» рекламораспространителя или дате начала

рекламной кампании в случае размещения рекламы в составе произведений, являющихся объектами авторских прав, в форме текстового или текстОВО-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

г) об 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) рекламораспространителя;

д) об объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых рекламораспространителем информационных ресурсах, а также фактов доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов;

е) о форме 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;

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

з) об идентификаторах рекламы;

и) о договоре (договорах), заключенном между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) их представителями и посредниками, в той части, которая отражает информацию о договорах, заключенных непосредственно с рекламораспространителем.

3. Оператор рекламной системы вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы, имеющейся у уполномоченного органа, и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) об общем описании объекта рекламирования;

б) об основном типе рекламной кампании в сети «Интернет»;

в) о сроке размещения рекламы в сети «Интернет» с использованием рекламной системы, оператор которой запросил доступ к информации, или дате начала рекламной кампании в случае размещения рекламы в составе

произведений, являющихся объектами авторских прав, в форме текстового или текстово-графического блока, видеоролика или аудиозаписи;

г) об 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 рекламной системе, использованной при распространении рекламы в сети «Интернет»;

д) об объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на используемых оператором рекламной системы информационных ресурсах, принадлежащих третьим лицам, а также фактов доступа (при наличии) посредством таковых информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламной системы;

е) о форме 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;

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

з) об идентификаторах рекламы;

и) о договоре (договорах), заключенном между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) их представителями и посредниками, в той части, которая отражает информацию о договорах, заключенных непосредственно с оператором рекламной системы.

4. Оператор рекламных данных вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы, имеющейся у уполномоченного органа, и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) о данных рекламодателей, рекламораспространителей, операторов рекламных систем, предоставивших информацию о распространенной в сети «Интернет» рекламе через такого оператора рекламных данных:

идентификационный номер налогоплательщика (далее – ИНН) юридического лица или индивидуального предпринимателя, а также физического лица;

основной государственный регистрационный номер юридического лица (далее – ОГРН) или основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (далее – ОГРНИП) – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;

абонентский номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного физического лица;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с Общероссийским классификатором стран мира (далее – ОКСМ) – для иностранного юридического лица;

б) о сведениях о рекламе, направленных уполномоченному органу оператором рекламных данных;

в) о сведениях о распространенной в сети «Интернет» рекламе рекламодателем, предусмотренных пунктом 1 настоящего Составы, в случае, если такие сведения запрошены рекламодателем у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных;

г) о сведениях о распространенной в сети «Интернет» рекламе рекламодателем, предусмотренных пунктом 2 настоящего Составы, в случае, если такие сведения запрошены рекламодателем у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных;

д) о сведениях о распространенной в сети «Интернет» рекламе оператором рекламной системы, предусмотренных пунктом 3 настоящего Составы, в случае, если такие сведения запрошены оператором рекламной системы у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных.

5. Оператор социальной рекламы вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы, имеющейся у уполномоченного органа:

а) о данных рекламодателей:

ИНН юридического лица или индивидуального предпринимателя, а также физического лица;

ОГРН или ОГРНИП – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;

абонентский номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного физического лица;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с ОКСМ – для иностранного юридического лица;

б) об основном типе рекламной кампании в сети «Интернет»;

в) об 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) рекламодателя;

г) об объемах и распределении показов рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых рекламодателем информационных ресурсах, а также фактов доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов;

д) о форме 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.

Приложение № 2
к приказу Федеральной службы по
надзору в сфере связи,
информационных технологий и
массовых коммуникаций

от 11.04.2022 № 63

**Порядок
предоставления информации о распространенной в информационно-
телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, имеющейся у
Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить
рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем,
оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы**

1. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – уполномоченный орган) предоставляет доступ рекламодателю, рекламораспространителю, оператору рекламных систем, оператору рекламных данных, оператору социальной рекламы к имеющейся у нее информации о рекламе, содержащейся в информационной системе, функционирование которой обеспечивается радиочастотной службой¹ (далее – информация о рекламе, информационная система соответственно).

2. Предоставление доступа к информации о рекламе, содержащейся в информационной системе (далее – запрашиваемая информация), рекламодателям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем, операторам рекламных данных, операторам социальной рекламы осуществляется в автоматическом режиме по запросам указанных лиц, направляемым посредством информационного сервиса, создаваемого в информационной системе,

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).

размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в сети «Интернет» (далее – информационный сервис).

3. Уполномоченный орган предоставляет информацию по запросу, предусмотренному пунктом 2 настоящего Порядка, в течение суток с даты размещения такого запроса в информационном сервисе. Предоставляемая уполномоченным органом информация размещается в информационном сервисе.

4. Доступ к информационному сервису осуществляется с использованием подтвержденной учетной записи оператора рекламных данных, рекламодателя, рекламодателем, оператором рекламных систем, оператором социальной рекламы в федеральной государственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)», функционирующей в соответствии с Положением о федеральной государственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 октября 2011 г. № 861 «О федеральных государственных информационных системах, обеспечивающих предоставление в электронной форме государственных услуг (осуществление функций)» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 44, ст. 6274; 2021, № 45, ст. 7498).

5. Оператор рекламных данных вправе запросить доступ к запрашиваемой информации, которую он ранее в уполномоченный орган не направлял, если оператор рекламных данных действует по полученному им обращению рекламодателя, рекламодателем, оператором рекламной системы, а также обладает подтверждением полномочий указанных лиц (их представителей) на получение запрашиваемой информации.

6. Запрос рекламодателя, рекламодателем, оператором рекламных систем, оператором рекламных данных, оператором социальной рекламы, размещаемый в информационном сервисе, должен содержать:

а) данные лица, направляющего запрос, а также данные рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы, если оператор рекламных данных действует по их обращению:

идентификационный номер налогоплательщика (далее – ИНН) юридического лица или индивидуального предпринимателя, а также физического лица;

основной государственный регистрационный номер юридического лица (далее – ОГРН) или основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (далее – ОГРНИП) – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;

абонентский номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного физического лица;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с Общероссийским классификатором стран мира – для иностранного юридического лица;

б) период времени, за который запрашивается информация;

в) информацию, предназначенную для идентификации рекламы в целях распространения в сети «Интернет» с использованием уникальных числовых обозначений распространяемой и (или) распространенной рекламы (далее – идентификаторы рекламы), либо сведения, позволяющие идентифицировать рекламу в сети «Интернет», необходимые для предоставления информации о такой рекламе, или указание, что запрашиваются все сведения, касающиеся рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламных систем, оператора рекламных данных, оператора социальной рекламы, в том числе в соответствии с обращением, полученным оператором рекламных данных от

рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы, если запрос оператора рекламных данных направляется по обращению рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы;

г) обращение рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы, полученное оператором рекламных данных, с приложением документов, подтверждающих полномочия представителей указанных лиц на получение запрашиваемой информации, при направлении запросов операторов рекламных данных, направляемых по обращению рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы в соответствии с пунктом 14 настоящего Порядка.

7. Рекламодателю запрашиваемая информация предоставляется по всем или по отдельным договорам, заключенным непосредственно с рекламодателем, по всем и по отдельному идентификатору рекламы такого рекламодателя.

8. Рекламораспространителю запрашиваемая информация предоставляется по всем или по отдельным договорам, заключенным непосредственно с рекламораспространителем, по всем и по каждому идентификатору рекламы, распространенной таким рекламораспространителем в сети «Интернет».

9. Оператору рекламной системы запрашиваемая информация предоставляется по всем или по отдельным договорам, заключенным непосредственно с оператором рекламной системы, по всем и по каждому идентификатору рекламы, распространение которой осуществлено оператором рекламной системы в сети «Интернет».

10. Оператору рекламных данных запрашиваемая информация предоставляется в отношении информации о рекламе, распространенной в сети «Интернет», предоставленной рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламной системы, которые ранее предоставляли в информационную систему информацию о рекламе, распространенной в сети «Интернет», через такого оператора рекламных данных, а также при наличии обращения к оператору рекламных данных от рекламодателя,

рекламораспространителя, оператора рекламных систем, формируемого в соответствии с пунктом 13 настоящего Порядка.

11. Оператору социальной рекламы запрашиваемая информация предоставляется в отношении рекламораспространителей, идентифицированных оператором социальной рекламы по ИНН, ОГРН и (или) ОГРНИП.

12. Запрашиваемая информация предоставляется рекламодателям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем, операторам рекламных данных, оператору социальной рекламы, безвозмездно.

13. Рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламной системы вправе посредством размещения уведомления в информационном сервисе определить на выбранный ими срок или бессрочно, что получение доступа к информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе будет осуществляться посредством обращения к выбранному им оператору рекламных данных.
