О распространении рекламы в Интернете

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно ч. 16 ст. 18.1 Закона о рекламе реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Интернет), за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в Интернете, должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в Интернете, содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

При этом рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В свою очередь, ФАС России в своем письме от 30.12.2022 № КТ/118754/22 «О распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» дал разъяснения о содержании информации о рекламодателе в рамках ч. 16 ст. 18.1 Закона о рекламе.

В ч. 16 ст. 18.1 Закона о рекламе не содержится требования об указании в рекламе, распространяемой в Интернете, наименования лица, являющегося рекламодателем, обязательно с организационно-правовой формой лица, либо с приведением ИНН или ОГРН данного лица, однако из приведенной информации потребителю рекламы должно быть однозначно понятно, что рекламодателем выступает именно лицо (юридическое лицо, физическое лицо или индивидуальный предприниматель), а также должна быть размещена информация, позволяющая его однозначно индивидуализировать.

Стоит отметить, что размещение в рекламе, распространяемой в Интернете, полного или краткого наименования лица, являющегося рекламодателем, включая его организационно-правовую форму или его ИНН, ОГРН, является одним из надлежащих указаний в рекламе на рекламодателя такой рекламы.

Указание в рекламе, распространяемой в Интернете, товарного знака рекламодателя может рассматриваться как исполнение требования об указании на рекламодателя, если такой товарный знак содержит наименование рекламодателя. В случае если в таком товарном знаке содержится не полное наименование лица, а отдельные элементы наименования рекламодателя, размещение в рекламе указанного товарного знака требует дополнительной оценки исходя из содержания такого товарного знака.

Кроме того, вместе с указанием на рекламодателя или вместо указания на рекламодателя может быть размещено указание на сайт, страницу сайта в Интернете, содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы. Соответственно, на таких сайте, странице сайта, указание которых содержится в рекламе, должны быть размещены сведения о рекламодателе, которые позволяют его однозначно идентифицировать.

* Обзор, подготовленный специалистами «Росметод» на основе действующих нормативных правовых актов, содержащий обоснованную правовую позицию по актуальному вопросу профессионального образования со ссылками на нормы законодательства.

Соответственно, если образовательная организация выступает рекламодателем и размещает в Интернете рекламу, то такая реклама должна быть маркирована, то есть содержать непосредственно пометку «реклама» с указанием информации, позволяющей однозначно идентифицировать образовательную организацию, либо с указанием ее сайта, содержащего указанную информацию и также позволяющую однозначно идентифицировать такую образовательную организацию.

Одновременно с этим, на основании ч. 17 ст. 18.1 Закона о рекламе распространение рекламы в Интернете допускается при условии присвоения оператором рекламных данных соответствующей рекламе идентификатора рекламы, который представляет собой уникальное цифровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в Интернете рекламы и учета информации о такой рекламе.

Требования к идентификатору рекламы, его содержанию, порядка и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций утверждены приказом Роскомнадзора от 30.11.2022 № 191 (далее – Требования).

Согласно п. 3 Требований присвоение идентификатора рекламы осуществляется оператором рекламных данных незамедлительно до ее распространения в Интернете рекламодателем, рекламораспространителем или оператором рекламной системы после передачи рекламы в программу для электронных вычислительных машин, используемую оператором рекламных данных для установления факта распространения рекламы в Интернете.

В свою очередь, в силу п. 10 рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламной системы осуществляют размещение идентификатора рекламы, переданного от оператора рекламных данных и кодированного им в протокол сериализации (передачи) структурированных данных в форме буквенно-цифрового текста на основе букв латинского языка, при этом порядок размещения идентификатора рекламы указан в п.п. 11, 12 Порядка.

Необходимо отметить, что отношения между рекламодателем и оператором рекламных данных возникают, как правило, на основании соответствующего договора.

Как следствие, образовательной организации, размещающей рекламу в Интернете, также следует обеспечить присвоение своей рекламе идентификатора посредством заключения соответствующего договора с оператором рекламных данных, а затем разместить полученный идентификатор на рекламе.

В тоже время, в соответствии с ч. 3 ст. ст. 18.1 Закона о рекламе рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем, разместившие в Интернете рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Роскомнадзор, в соответствии с ч. 5 ст. ст. 18.1 Закона о рекламе.

Указанные критерии утверждены постановлением Правительства РФ от 25.05.2022 № 948.

Лица, указанные в ч. 3 ст. ст. 18.1 Закона о рекламе, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о распространенной в Интернете рекламе в Роскомнадзор через операторов рекламных данных.

Таким образом, в случае, если образовательная организация соответствует критериям, утвержденным названным постановлением Правительства РФ, то она обязана предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о размещенной в Интернете рекламе в Роскомнадзор.

В заключении, необходимо обратить внимание, что размещаемая образовательной организацией в Интернете реклама кроме указанных выше требований, также должна соответствовать и общим требования, предъявляемым к рекламе и указанным в ст. 5 Закона о рекламе.