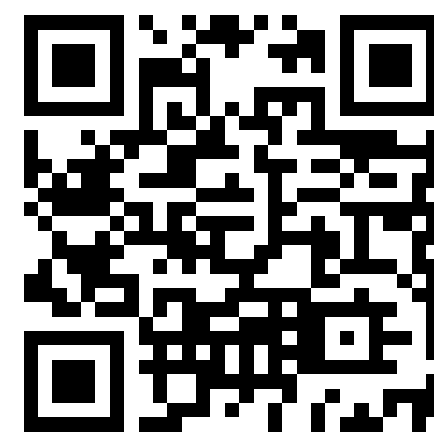


По итогам Круглого стола 22.11.2022
в сообществе Рекламное право

Маркировка интернет-рекламы

Рекомендации от ОРД
(операторов рекламных данных)





Круглый стол с ОРД

22 ноября 2022

Спикеры

Антон Качанов, Яндекс

Татьяна Новикова, OZON

Владислав Шилов, Медиакаут

Максим Ларичев и Валерий Выборнов, Лаборатория разработки (Сбер)

Модераторы

Ирина Шурмина, SEAMLESS Legal

Никита Кравченко, eLama

Термины

Маркировка — проставление плашки «реклама» и указание на рекламодателя или его сайт.

Регистрация креатива — получение идентификатора в ОРД.

Отчетность — передача в ОРД сведений, требуемых по закону (акты, показы и пр.).

ЕРИР — Единый реестр интернет-рекламы

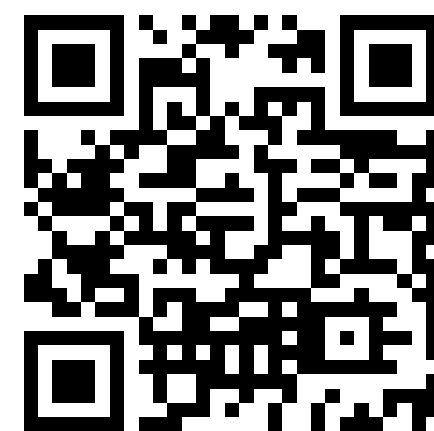
ОРД — оператор рекламных данных

РКН — Роскомнадзор

SELF-PROMO

Как маркировать, регистрировать и отчитываться по рекламе, размещаемой компанией на собственном сайте или в своих соц. сетях (self-promo)?

Такая реклама уже сейчас подлежит маркировке, но получить идентификатор для неё не получится, поскольку нет договора. Ожидается, что к концу года появятся разъяснения РКН по этому вопросу, а затем и функционал в ОРД, позволяющий отметить, что это самореклама.



ОТОБРАЖЕНИЕ ДАННЫХ В ЕРИР

Почему данные, переданные в ОРД, не отображаются в ЕРИР?

Все данные передавались и продолжают передаваться в ЕРИР. Проблема с отображением информации связана с техническими особенностями архитектуры ЕРИР, система работает в тестовом режиме.

Статус передачи данных можно отслеживать в Вашем личном кабинете в ОРД («на регистрации», «передано в ЕРИР» и пр.). Если Вы видите, что данные были переданы, но спустя долгое время они все еще не будут отображаться в ЕРИР, необходимо связаться со своим ОРД и уточнить этот вопрос. ОРД идентифицирует рекламодателя по ИНН, ОГРН и данным договора и предоставит эту информацию.

СЛОЖНЫЕ КРЕАТИВЫ

Как размещать идентификаторы на рекламных материалах?

Необходимо учитывать последние рекомендации АРИР и РКН — идентификатор можно скрыть (например, в выпадающем меню). Но пометка «реклама» должна размещаться непосредственно на рекламном материале. Сейчас нет четких разъяснений по тому, допустимо ли не включать указание на рекламодателя или его сайт в сам креатив.

Динамические баннеры

В случае с динамическими креативами в виде товарных фидов регистрируется каждый элемент товарного фида (товарная позиция) отдельно, поскольку они относятся к разным объектам рекламирования. Надеемся, что в будущем такие креативы можно будет регистрировать как единый креатив, сейчас этот вопрос обсуждается с Роскомнадзором.

Telegram

Сейчас идентификаторы в Telegram указываются текстом в рекламном посте, а в случае с кружочком – в сообщении после кружочка. Информации о планах Telegram интегрироваться с ОРД пока нет, но ожидается, что в случае такой интеграции появится возможность автоматизации всех процессов и регистрация креатива в ОРД будет осуществляться без участия блогера.

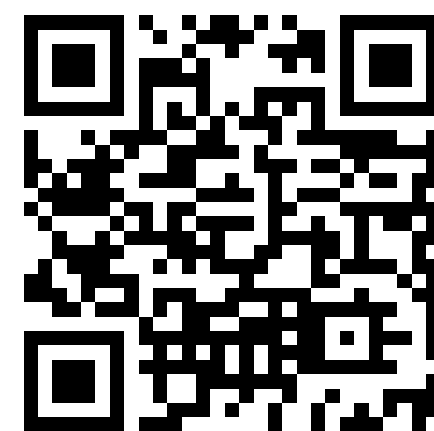
YouTube

Согласно последним рекомендациям АРИР и РКН, идентификатор должен быть размещен в начале или поверх видеоролика. Необходимо помнить, что пометка «реклама» и сведения о рекламодателе должны содержаться на самом видео, а не в описании. Вопрос о включении идентификатора в описание будет дополнительно обсуждаться с РКН.

Изменённые креативы и ресайзы

Если креатив был изменен, он считается новым креативом, следовательно, на него нужно получить новый идентификатор.

В случае изменения только размера, когда **содержание креатива остается прежним**, новый идентификатор на такой креатив не получается, но **новый вариант должен быть добавлен к первоначальному креативу в ОРД**.



ОТЧЁТНОСТЬ

Если договор заключен на несколько рекламных площадок, нужны ли отдельные акты по каждой площадке?

Если вы отчитываетесь по одному акту в нескольких ОРД, более новая информация об акте будет «затирать» более старую. Поэтому если вам необходимо отчитываться в несколько ОРД по одному договору, лучше делать отдельные акты по разным площадкам.

Как правильно сделать разаллокацию?

Разаллокация подразумевает предоставление данных о том, какая часть цены акта относится к размещению рекламы в Интернете или к размещению на конкретной площадке.

Разаллокацию необходимо делать, если:

- договор на размещение рекламы заключен участником цепочки не напрямую с рекламодателем, а с посредником;
- в акт включены не только услуги размещения Интернет-рекламы, но и иные услуги.

При выборе порядка отчетности необходимо учитывать условия договоров с площадками, на которых вы размещаете рекламу. Там могут быть отдельные требования к актам и ОРД, в которые должны предоставляться сведения.

КО-БРЕНДИНГ

Как регистрировать и отчитываться по рекламным материалам, в которых несколько объектов рекламирования и несколько рекламодателей?

Рекомендуется получать один идентификатор на креатив, но отчетность передает каждый из рекламодателей. Рекламодатели сами определяют, кто из них должен получить идентификатор, это прописывается в договоре.

БАРТЕРЫ И БЕСПЛАТНЫЕ РАЗМЕЩЕНИЯ

Как отчитываться по бесплатным или бартерным размещениям рекламы, где нет договора?

Мы рекомендуем оформлять такие размещения в виде договоров. В случае с бартером лучше всего сделать два встречных договора и провести взаимозачет требований. Информацию о цене каждого договора каждый субъект передаст в ОРД в отношении себя самостоятельно.