



Закон о “маркировке”





Сегодня мы расскажем

- Что за закон и когда он будет принят
- Зачем этот закон принимается
- Какие плюсы для рынка мы видим
- Как это будет работать
- Почему это важно для вашего бизнеса
- Какие риски мы увидели в текущей версии документов
- Что вы можете сделать, чтобы повлиять на ситуацию





**Дисклеймер:
мы расскажем картинку на сегодня;
расскажем так, как видим и понимаем
регулирование именно мы***

**Следите за новостями -
https://t.me/adv_system**

*Законодатель, регуляторы могут иметь иное представление о представленных ими актах, их толковании и предлагаемом регулировании, мы выражим свое мнение как частных лиц



Что за закон?

- Федеральный Закон «О внесении изменений в закон «О рекламе»
- 7 подзаконных актов Роскомнадзора
- Комментарии к поправкам принимаются до 30 декабря 2021
- Вступают в силу 1 сентября 2022



В чем плюсы для рынка

- Повысит прозрачность рынка для клиента
- Упростит жизнь налоговой службе и добросовестным игрокам
- Поможет в борьбе с мошенниками и противозаконной рекламой





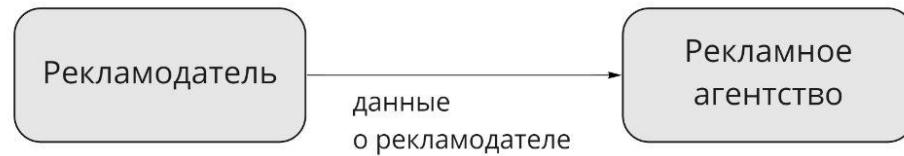
Участники процесса

- **Рекламодатель** - конечный клиент
- **Рекламораспространитель** - агентство
- **Оператор рекламной системы** (ОРС) - рекламная система
- **Оператор рекламных данных** (ОРД) - специальный орган, который получает и обрабатывает информацию для передачи в единый реестр, а также генерирует токены
- **Единый реестр интернет-рекламы** (ЕРИР) - система Роскомнадзора. Там хранятся сведения о рекламе, собранные всеми участниками рынка.

поставщики

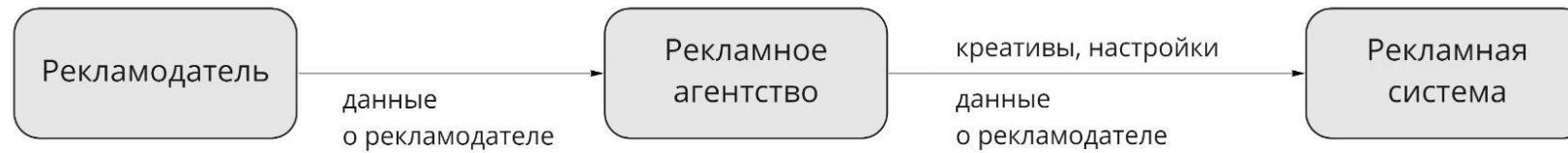


Как это будет работать





Как это будет работать



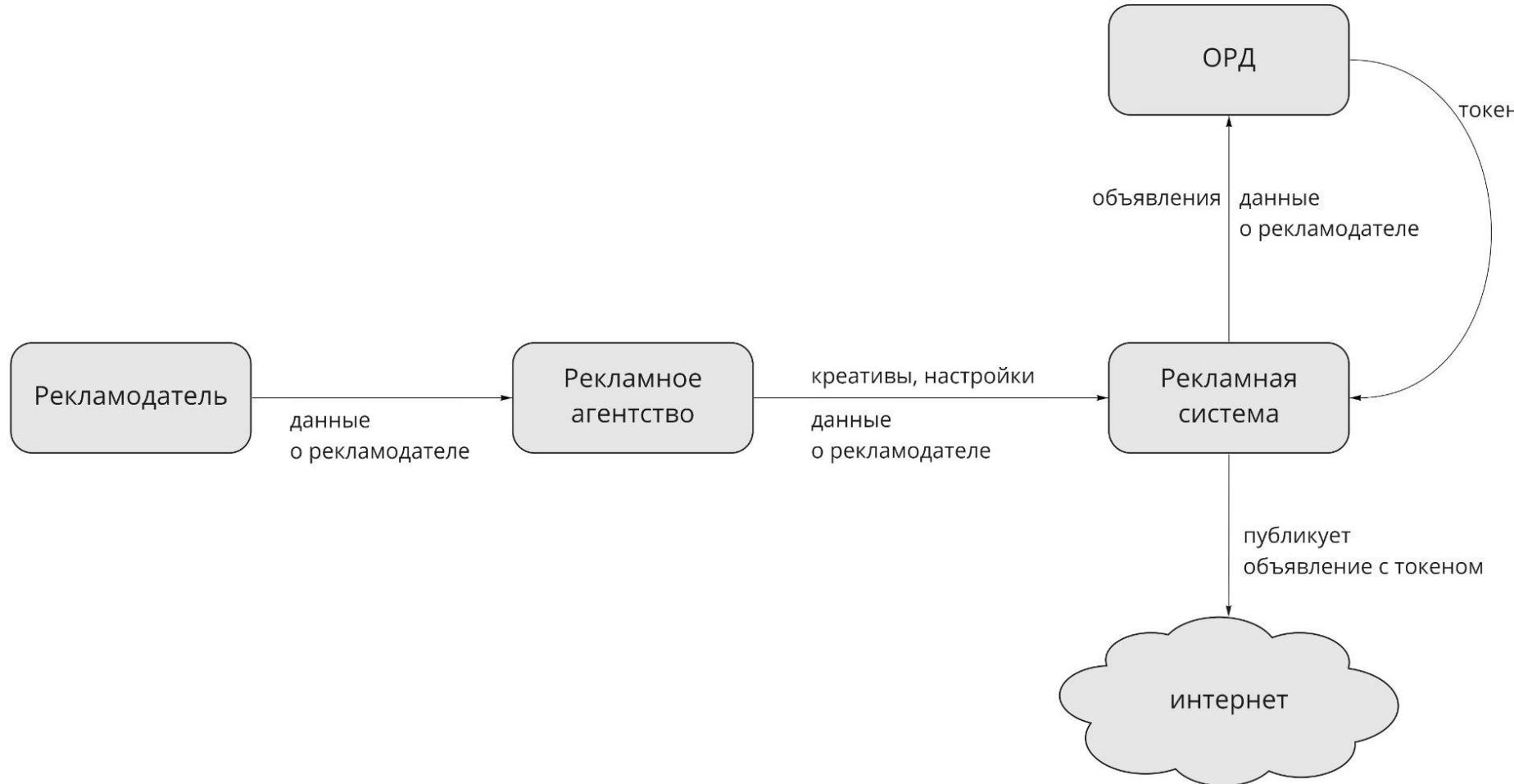


Как это будет работать



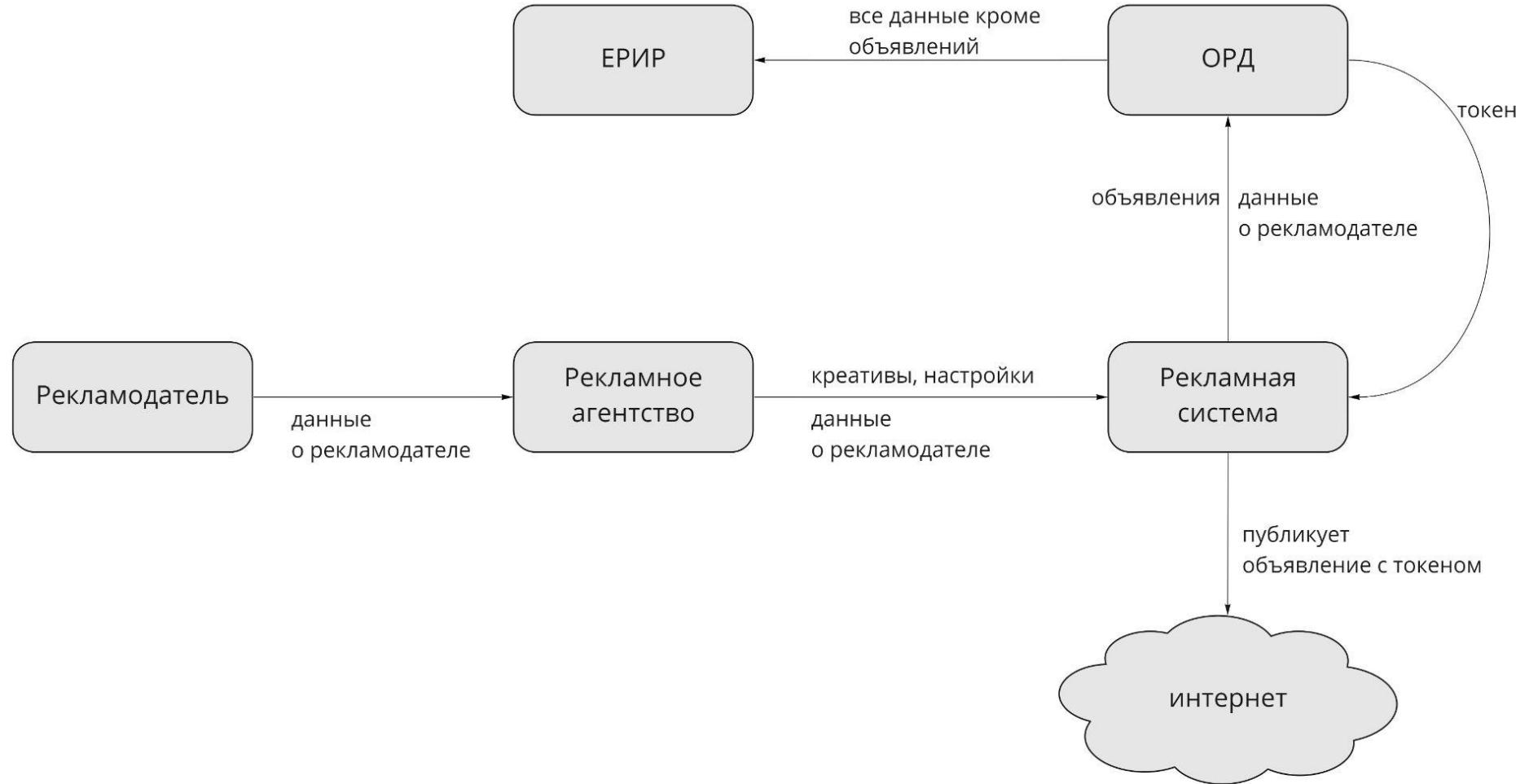


Как это будет работать



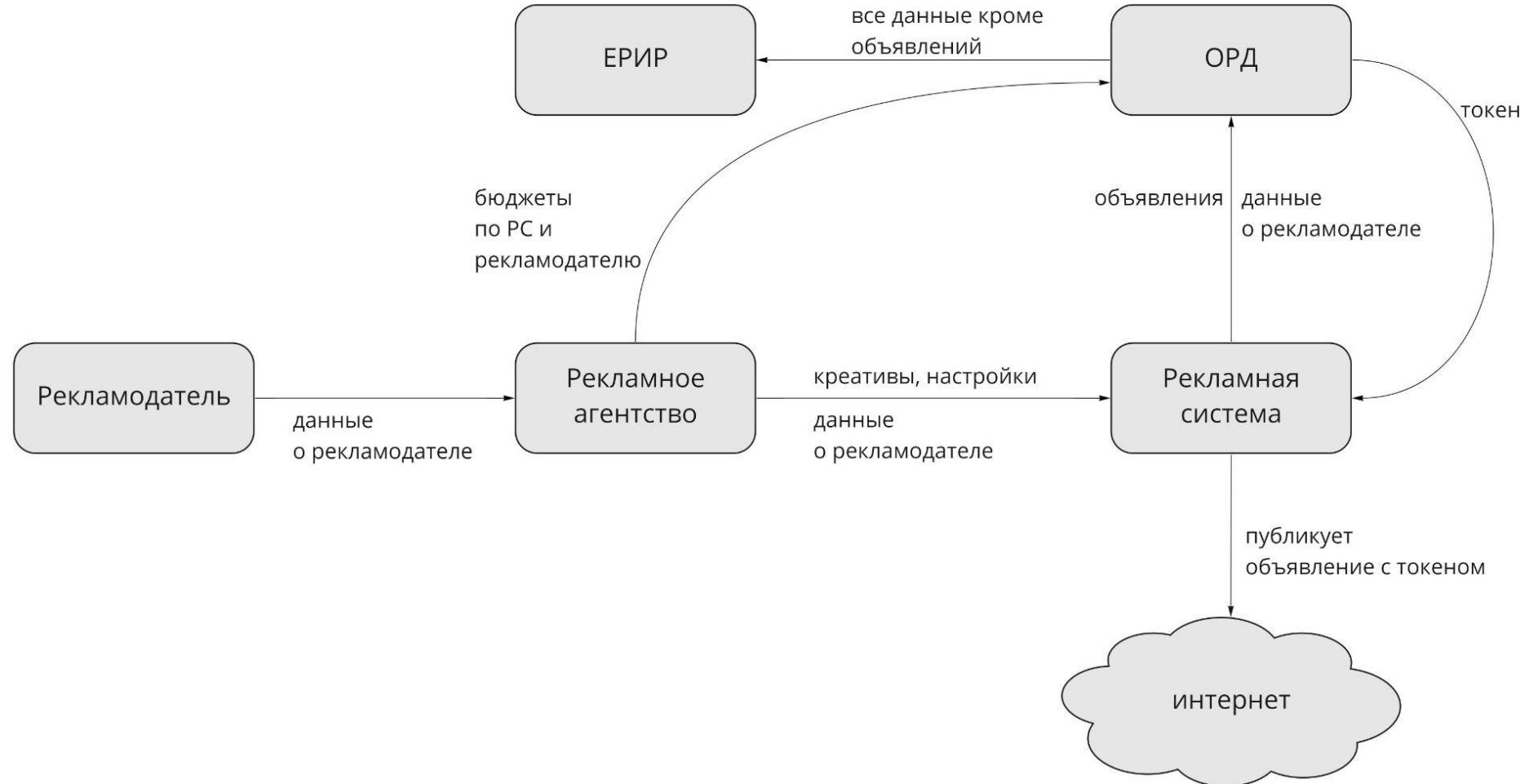


Как это будет работать



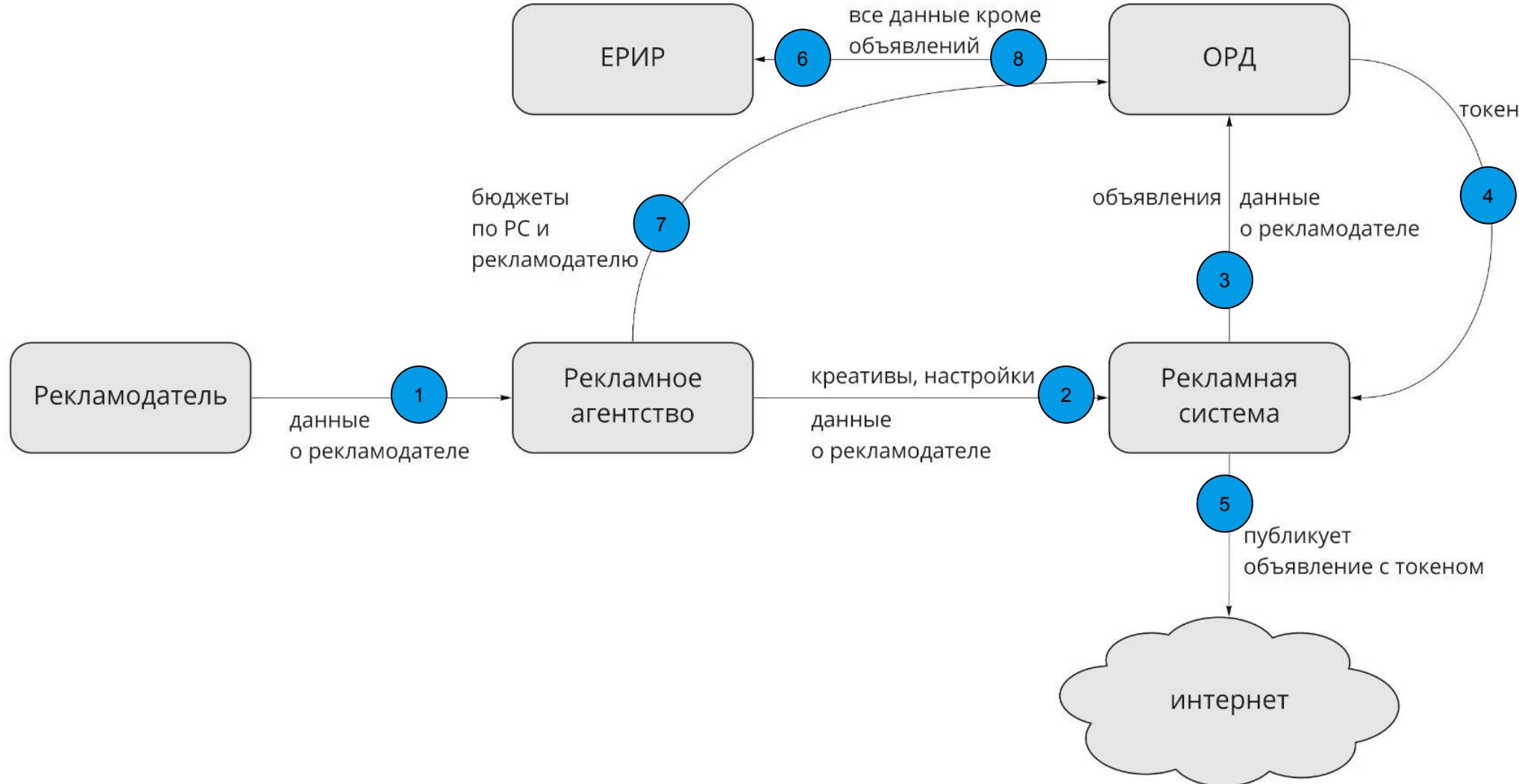


Как это будет работать



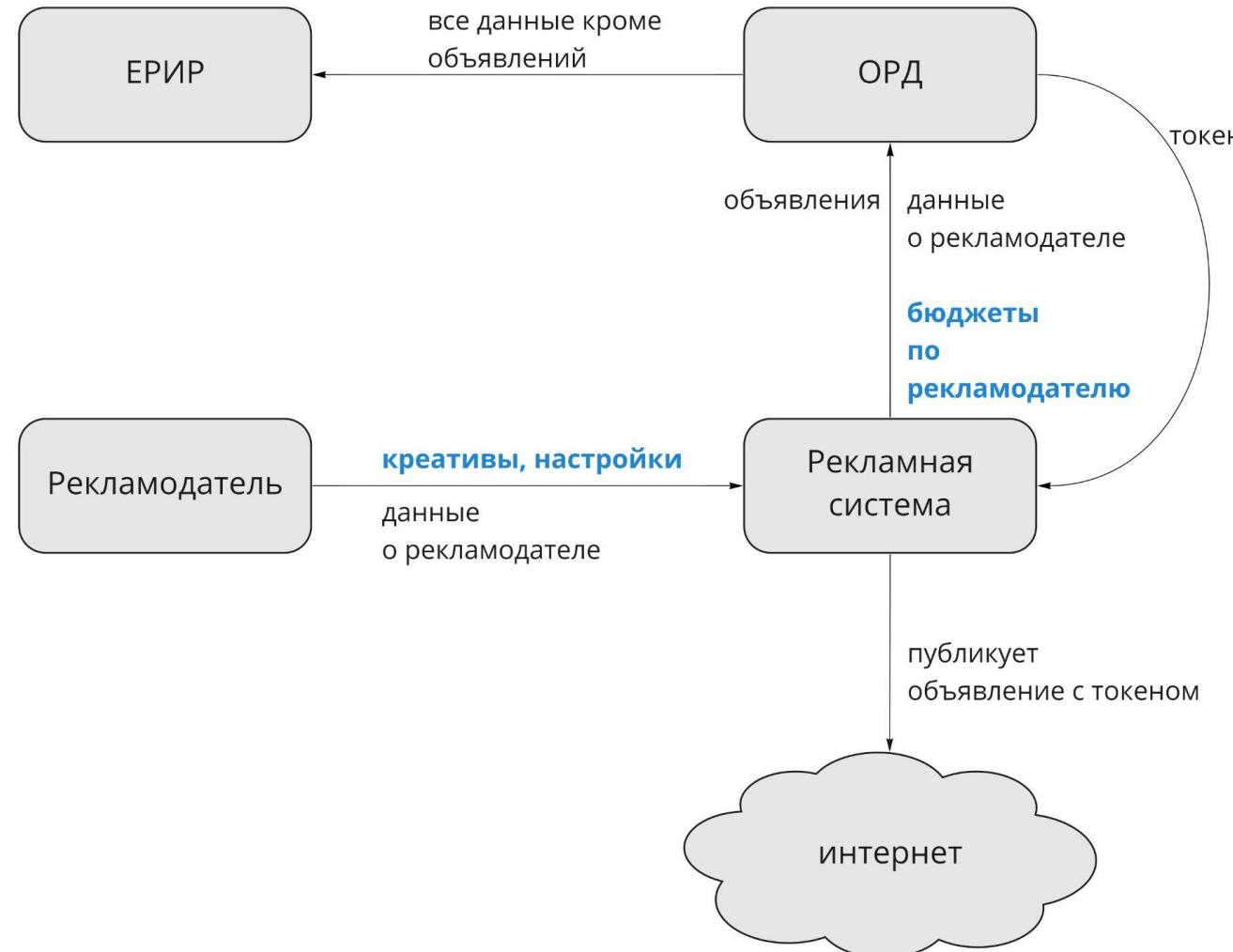


Как это будет работать





Как это будет работать





Почему это важно для вашего бизнеса

Агентства, через которые проходят бюджеты:

- Обязаны интегрироваться с ОРД
- Обязаны передавать данные о расходах на рекламу в разрезе клиентов и РС
- Должны получить данные от конечного клиента
- Должны передать данные о клиенте до запуска рекламы: иначе не будет получен токен и реклама в РС не запустится
- Возможно, клиенты увидят все наценки на рекламу по цепочке
- Что-то еще

Рекламодатели:

- Возможно, не смогут оплачивать рекламу от ФЛ
- Должны будут передавать больше данных о своей компании до запуска рекламы: не смогут просто принять оферту и привязать карту
- Возможно, смогут видеть всю цепочку размещения рекламы и все наценки
- Должны обеспечить взаимодействие с ОРД. Пока не ясно, зачем :)



Риски в текущей версии документов

- Они не учитывают физических лиц и самозанятых
- Они налагают на участников рынка серьезную нагрузку
- Они содержат нереалистичные сроки сбора данных:
 - о рекламодателе – до размещения рекламы
 - о рекламе – через 30 дней



Риски в текущей версии документов

- Они предполагают удорожание рекламы
- Они не учитывают многообразие форматов рекламы
- Они дают мало времени на исправление ошибок
- Они содержат неоднозначную терминологию





Как вы можете повлиять на ситуацию

Оставляйте комментарии на Regulations.gov.ru

Присоединяйтесь к нашему телеграм-каналу, чтобы быть в курсе:
https://t.me/adv_system





Перечень документов

- 1 - [Перечень данных, которые нужно передавать](#)
- 2 - [Список данных, к которым получат доступ все участники рынка](#)
- 3 - [Правила доступа гос.органов к данным](#)
- 4 - [Как передавать данные](#)
- 5 - [Кто попадает в действие закона](#)
- 6 - [Требования к софту ОРД](#)
- 7 - [Требования к самому ОРД](#)



Спасибо

Игорь
Болотов

Тоня
Серебрякова





Ваши вопросы

