



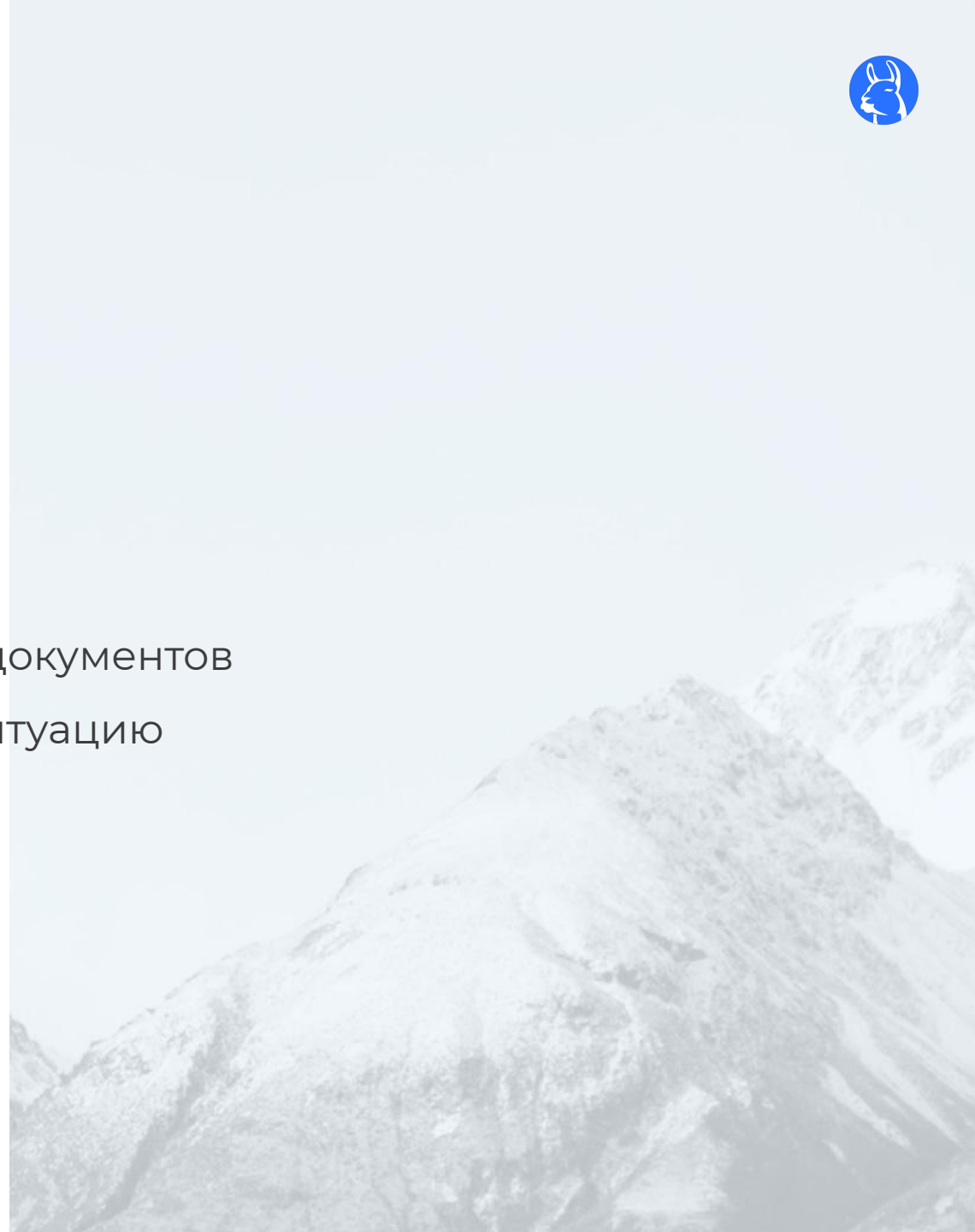
# **Закон о “маркировке”**





# 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\*

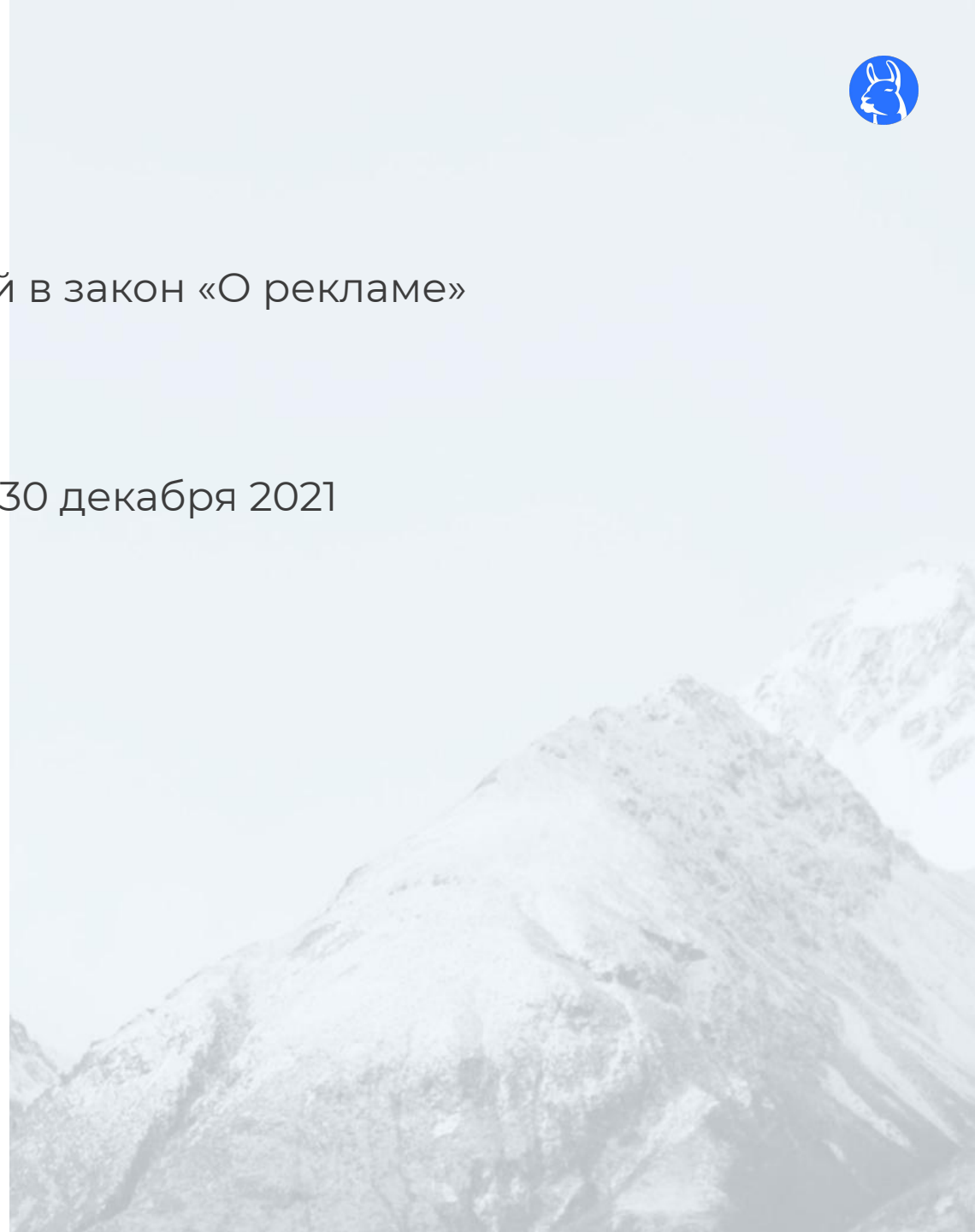
**Следите за новостями -**  
[https://t.me/adv\\_system](https://t.me/adv_system)

\*Законодатель, регуляторы могут иметь иное представление о представленных ими актах, их толковании и предлагаемом регулировании, мы выразим 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





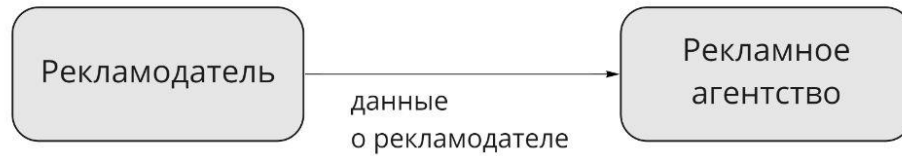
# Участники процесса

- **Рекламодаватель** - 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





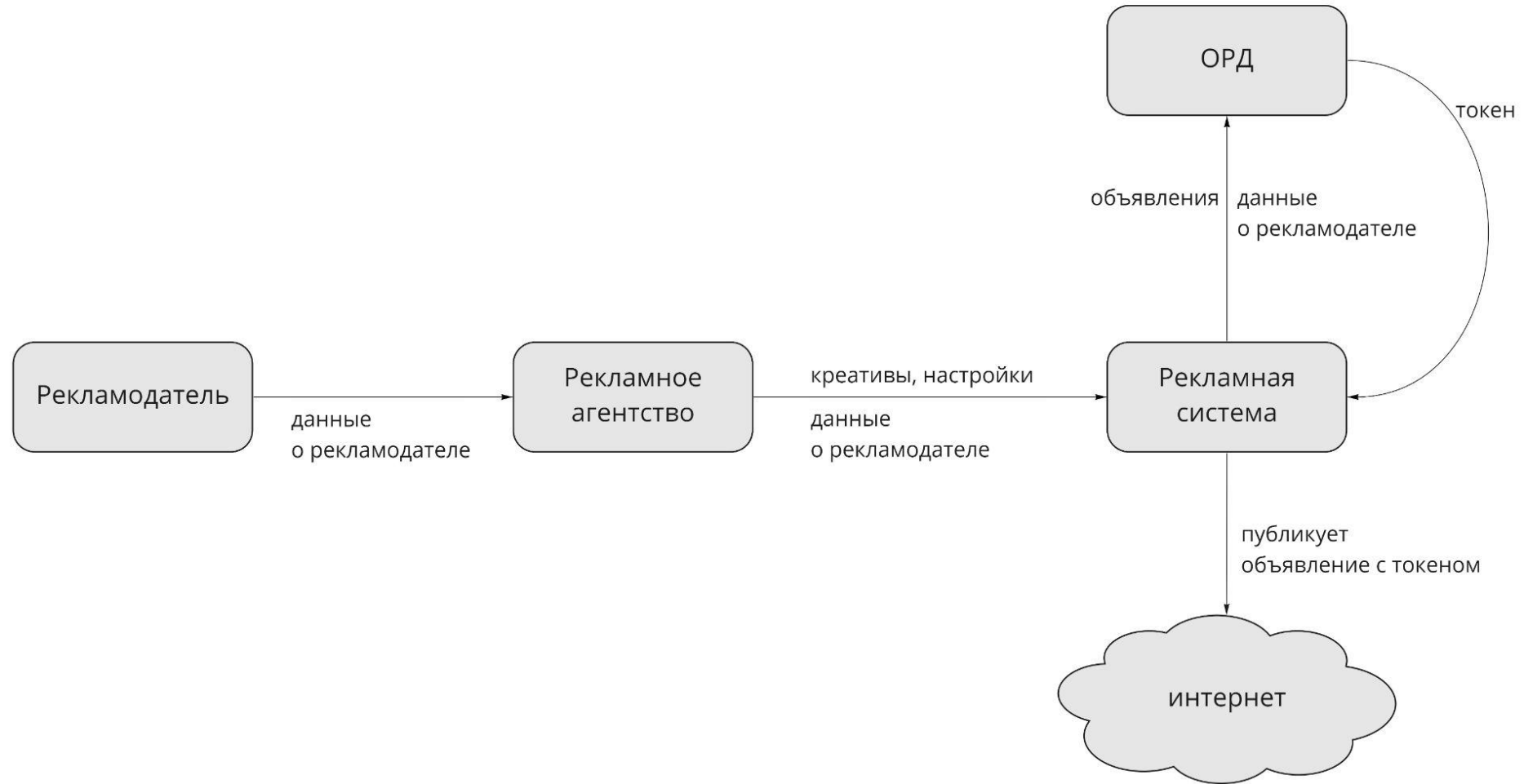


# Как это будет работать



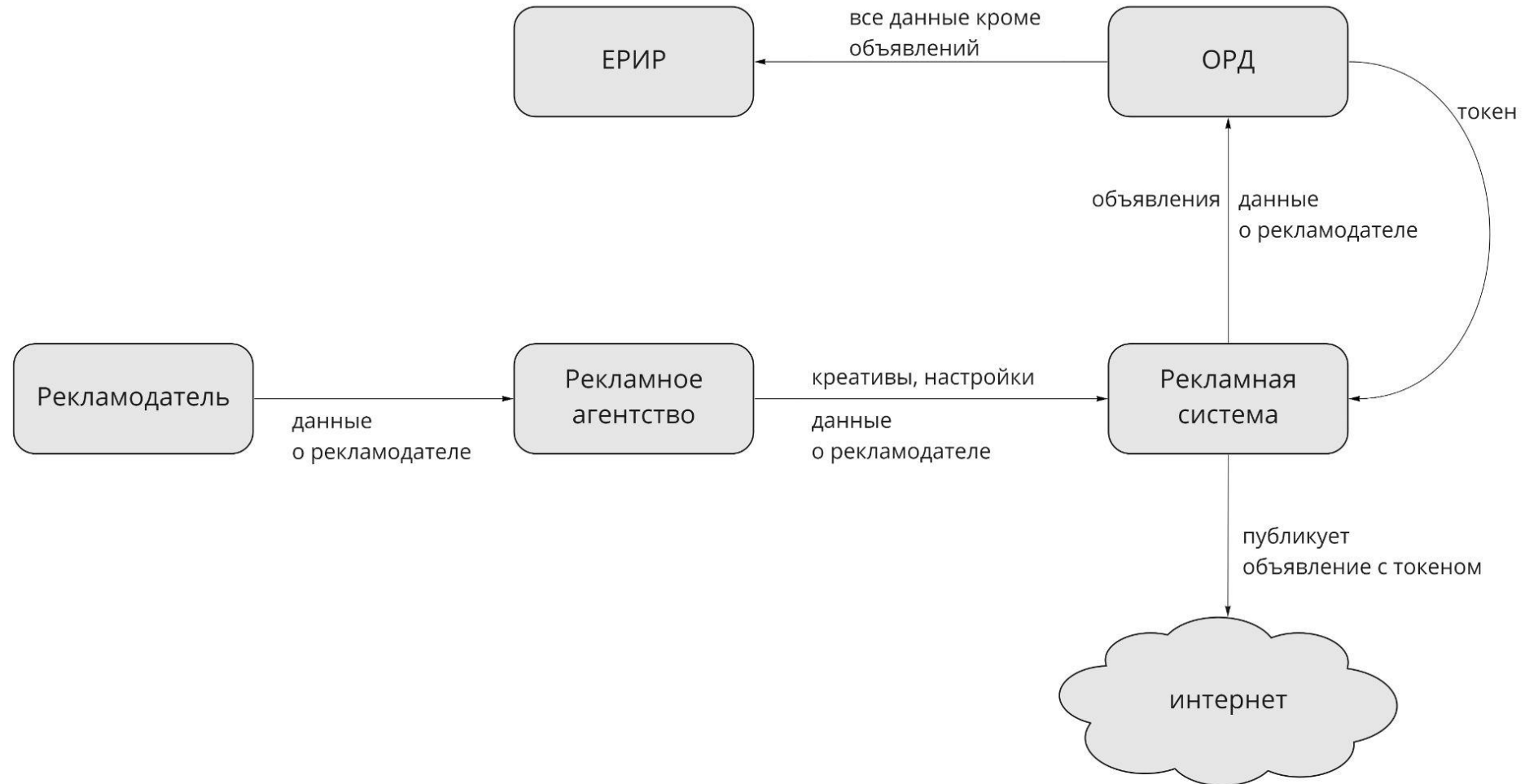


# Как это будет работать



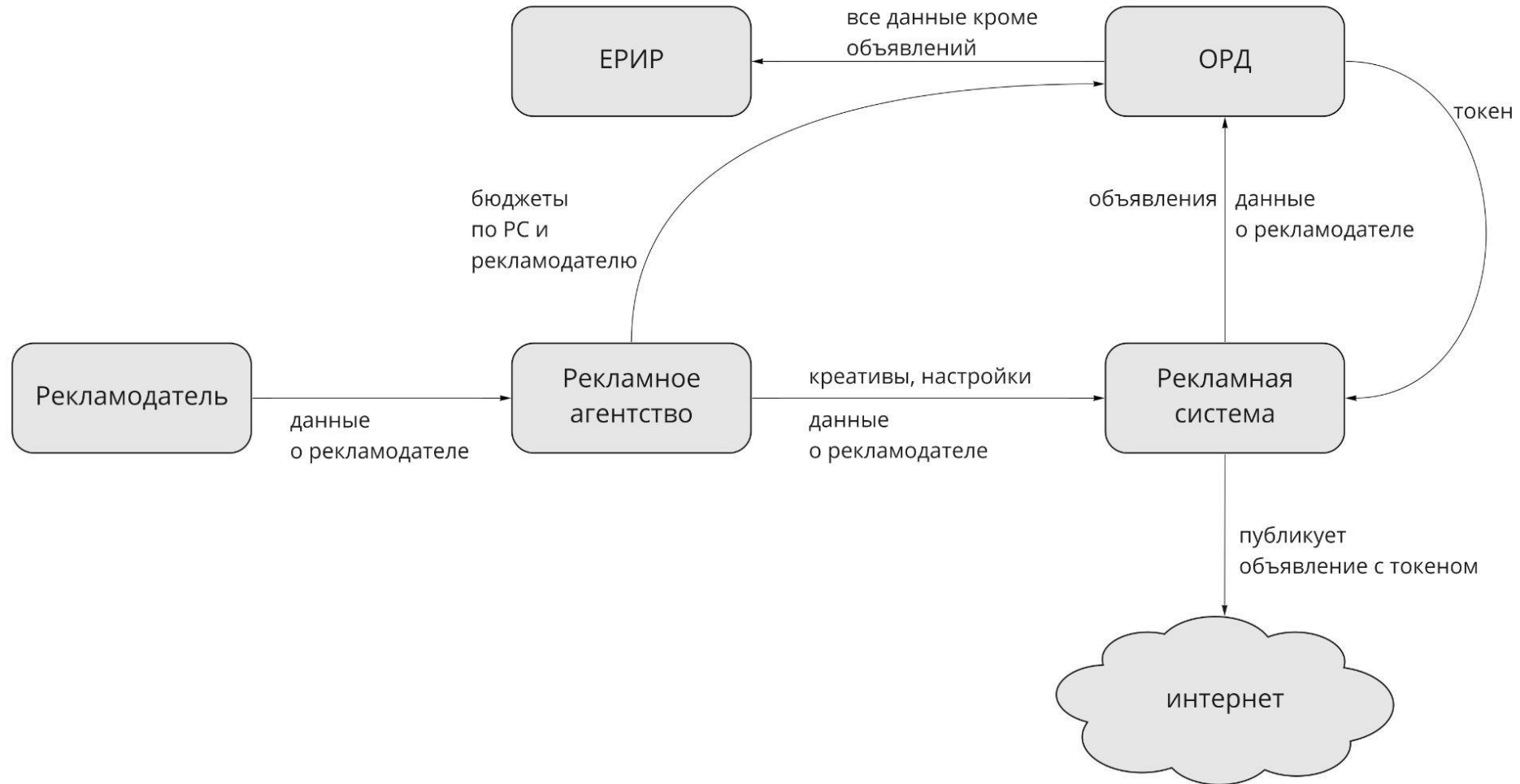


# Как это будет работать



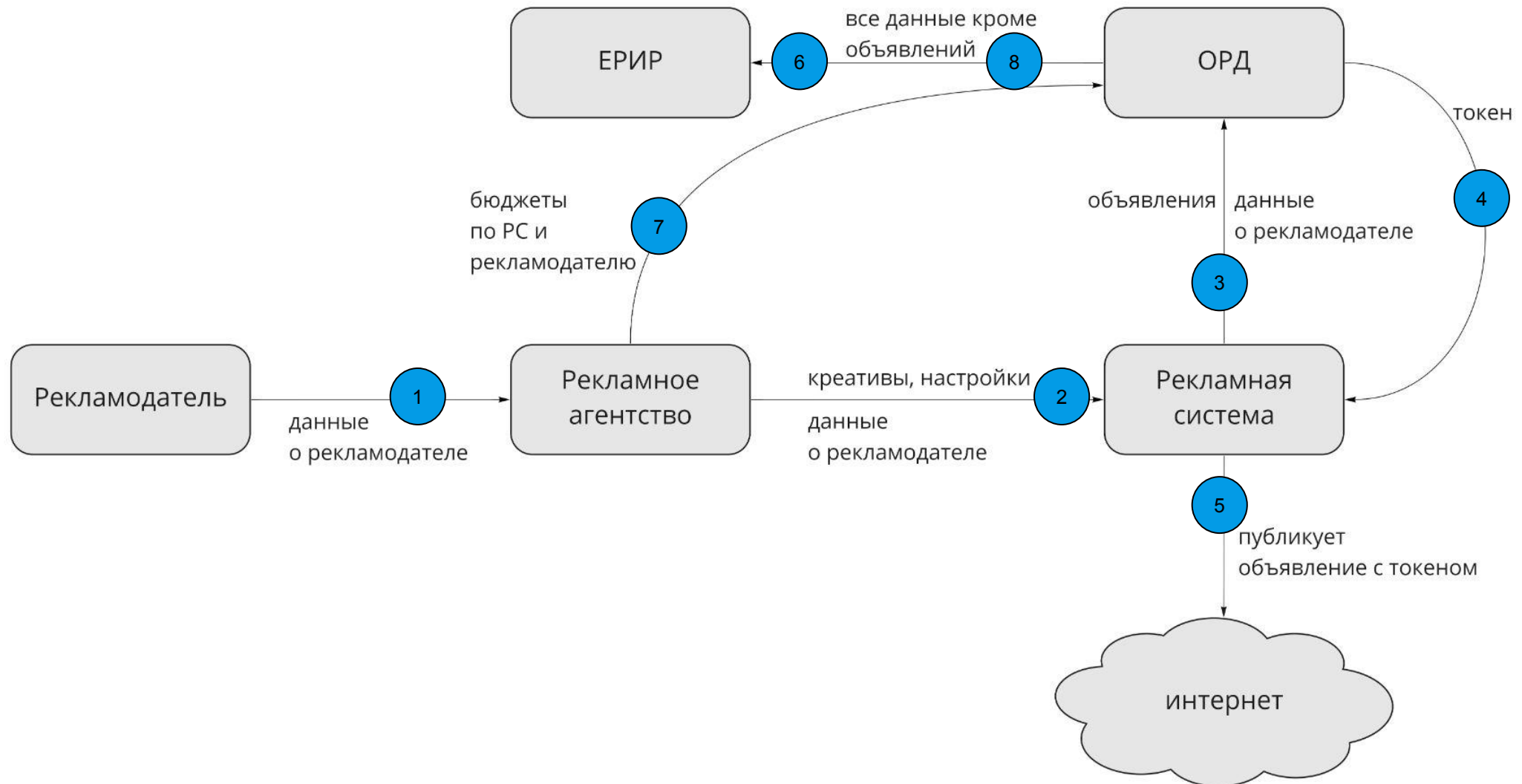


# Как это будет работать



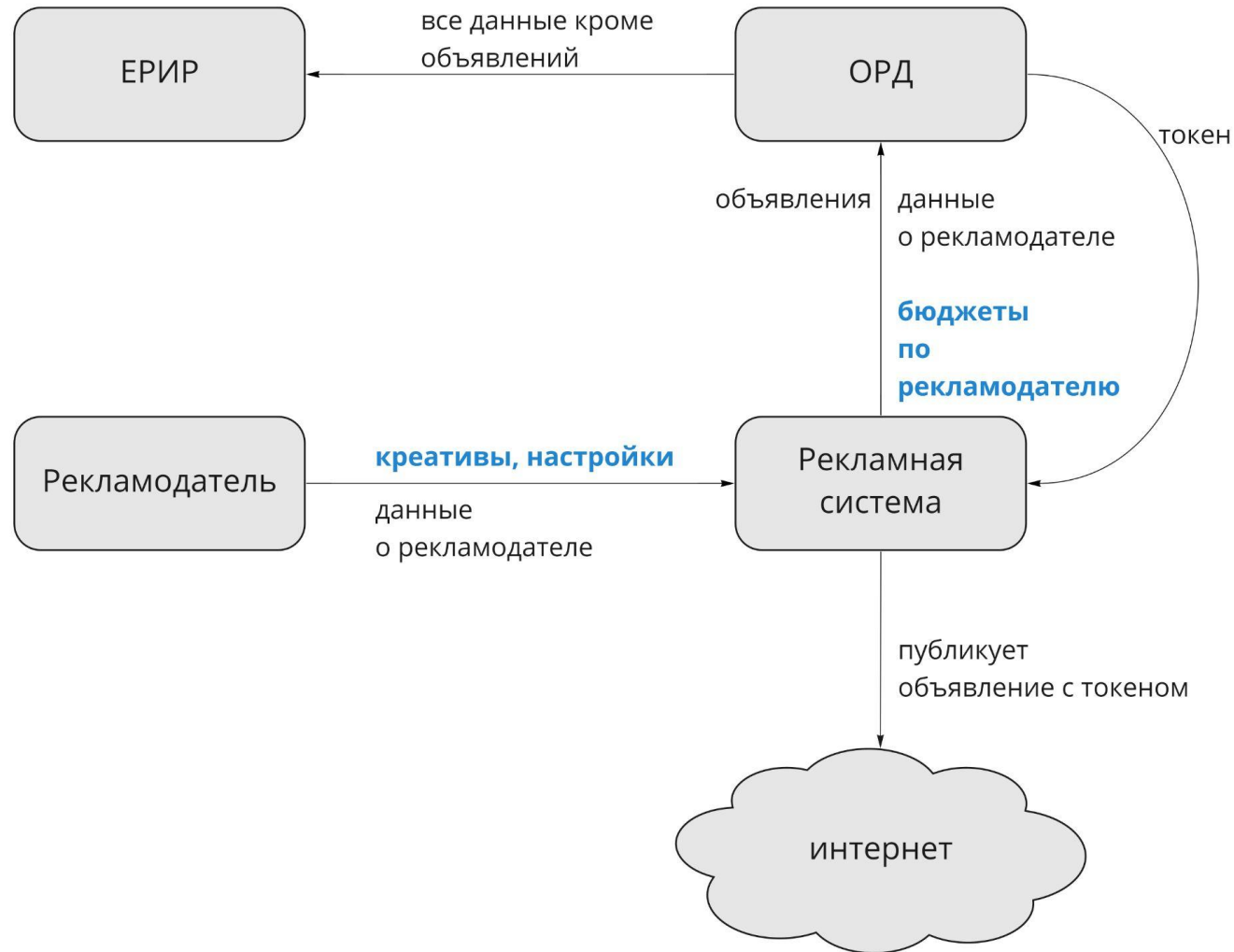


# Как это будет работать





# 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](https://regulations.gov.ru)

Присоединяйтесь к нашему телеграм-каналу, чтобы быть в курсе:  
[https://t.me/adv\\_system](https://t.me/adv_system)





# Перечень документов

- 1 - [Перечень данных, которые нужно передавать](#)
- 2 - [Список данных, к которым получают 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

