ГАЙД ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ 2026

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ

Внеплановые неналоговые проверки проводятся по установленным законом основаниям. Роскомнадзор и ФАС контролируют соблюдение правил рекламы. Штрафы за нарушения законодательства о рекламе и требований Роскомнадзора могут быть значительными.

В ЭТОМ ГАЙДЕ МЫ РАССМОТРИМ

- Что такое маркировка рекламы и зачем она нужна?
- Какие законы регулируют маркировку рекламы?
- Какие штрафы за нарушение?
- Примеры из судебной практики
- На что обращать внимание при заказе рекламы?
- Как себя обезопасить?

@TOCHKA_SBORKI_CONSULTING
VK.COM/TOCHKA_SBORKI_CONSULTING
WWW.BIZ-TS.RU

ТОЧКА СБОРКИ

РЕКЛАМА И МАРКИРОВКА

Согласно ФЗ №38 «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.

Т.е. если вы адресовали сообщение лично Иванову Ивану с целью побудить его купить ваш продукт или услугу, то такое сообщение рекламой не будет в силу определения закона. Но Иван имеет право в любой момент отказаться от такой рассылки, и вы должны предоставить ему такую возможность.

Но не все так просто. Есть судебная практика, согласно которой личное обращение тоже могут признать рекламой, если это массовая рассылка. Об этом дальше.

> Маркировка интернет-рекламы включает пометку «Реклама», сведения о рекламодателе и идентификатор erid. Требования и исключения установлены статьей 18.1 Закона № 38-ФЗ.

> ОРД - это сервис, который помогает передать данные о рекламном объявлении в Единый реестр интернет-рекламы, получить маркер и отчитаться о результатах кампании.

ШТРАФЫ

1/5

недостоверные сведения о продукте в рекламе



Например, кто-то умолчал о существенных условиях приобретения товара или услуги. Причем доказывать, что недостоверная реклама нарушила права третьих лиц, ФАС не обязана. Даже если компания разместила дисклеймер, этого может оказаться недостаточно.

Пример текста рекламного видеоролика: «Кешбэк на все. И на это, и на это, и на это, и на это, и на это и на то. И на то, о чем мечтаешь, и на то, к чему привык. И на многое другое навсегда, везде и всюду.... На всё без условий и ограничений!»

Результат: Несмотря на наличие дисклеймера ФАС признала рекламу ненадлежащей, вынудила банк оплатить штраф и опубликовать опровержение.

ШТРАФЫ

адресат не дал согласие на получение рекламы



Риск получить штраф до 1 млн руб. есть в двух ситуациях:

- когда УФАС и суды решат, что адресат согласился получать не рекламу, а иные сведения;
- получатель дал согласие не добровольно (нет возможности отказаться) или рекламораспространитель не может его доказать.

Пример: Известный банк выдавал клиентам единую форму согласия на обработку персональных данных. В одном из его разделов есть пункт, который вынуждает соглашаться на получение информации о продуктах банка, чтобы пользоваться его услугами.

Результат: УФАС усмотрело в действиях банка признаки нарушения статьи 14.8 Закона о защите конкуренции и выдало предупреждение. Банку надлежит изменить содержание единой формы согласия клиента на обработку персональных данных.

ШТРАФЫ

3/5

размещение рекламы на ресурсах иноагентов или реклама таких ресурсов



Для самого иноагента штраф: гражданам — до 50 тыс. руб., юрлицам — до 500 тыс. руб.; для заказчиков — ст. 14.3 КоАП РФ.

- ч. 8 ст. 19.34 КоАП РФ
- ч. 2 ст. 330.1 УК РФ
- ст. 12 ФЗ№255 «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием»

Под ресурсами подразумевают: сайты, Телеграм-каналы, социальные сети и любые платформы и видео-хостинги.

ШТРАФЫ

рассылка смс-рекламы несмотря
на отказ получателя

Пример: В ФАС поступила жалоба от физ лица, которое получало индивидуализированные смс-сообщения о рекламе косметики от известной сети. Сеть не отреагировала на письменный отказ лица от такой рассылки.

Результат: сеть оштрафована на 100 000 руб за нарушение ст. 18 ФЗ№38 по ст. 14.3 КоАП РФ

ШТРАФЫ

5/5

нет надписи «Реклама»
или маркировки (ERID)



За соблюдение закона о рекламе по общему правилу отвечает ФАС. Этот орган уполномочен:

- оценивать: надлежащая реклама или нет;
- направлять уведомления и требования об исправлении нарушений в области рекламы;
- сотрудничать с прокуратурой, следственным комитетом, Роскомнадзором и иными органами для побуждению к соблюдению закона о рекламе;
- предъявлять иски в суд по вопросу защиты общественных и государственных интересов в области рекламы;
- пресекать недобросовестную конкуренцию.

Пример: Физ. лицо привлекли к ответственности за то, что он в своем Телеграм-канале, посвященном городским новостям, распространял рекламу без соответствующей пометки.

Результат: Штраф 2500 руб. (Постановление Нижегородского УФАС от 04.12.2023 по делу № 052/04/14.3-2678/2023).

Пример: Компанию привлекли к ответственности за то, что она в своей группе в социальной сети опубликовала видеоролик о партнере, в котором призывала купить его продукцию, не сделав в нем пометку «реклама».

Результат: Штраф 100 000 руб. (Постановление Тюменского УФАС от 25.10.2023 по делу № 072/04/14.3-496/2023).

Роскомнадзор работает в связке с ФАС и контролирует идентификаторы интернет-рекламы (erid). Об обработке персональных данных подают уведомление с учетом исключений статьи 22 Закона № 152-ФЗ. Владельцы страниц с аудиторией более 10 000 подписчиков также передают сведения в РКН.

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ ВЫГЛЯДИТ ТАК:

/Текст рекламного сообщения/
Реклама. ООО «Точка сборки». ИНН 7720821155.
Erid:agvsdjhch125sh



Приоритетный способ – включить erid в ссылку. Но всё зависит от технической возможности. Если ее нет, то код указывается в зависимости от вида объявления: в самом тексте, на изображении, в видеоролике (ч. 17 ст. 18.1 Закона 38-ФЗ, Приказ РКН от 25.03.2025 № 68). После того как реклама запущена, нужно по ней отчитаться в Роскомнадзор.

Пример: Компании размещали рекламу без получения идентификатора (без маркировки).

Результат: Штрафы от 100 000 до 300 000 руб:

- решение №СС/3393/24 по делу от 18 апреля 2024 г
- решение №038/16/24
- решение №СС/2304/24 по делу от 19 марта 2024 г
- определение о возбуждении дела №ПК/1909/24 от 1 апреля 2024 г

Интернет-рекламу нужно маркировать с учетом требований и исключений статьи 18.1 Закона № 38-ФЗ. Это касается информации, содержащей признаки рекламы. Перед рекламной рассылкой нужно получить согласие адресата.

Если вы блогер, у вас есть аккаунт в соцсети или на видео-хостинге с аудиторией более 10 000 подписчиков, то вам необходимо зарегистрироваться в Роскомнадзоре. Сделать это можно через Госуслуги. Иначе вы не сможете получать донаты и размещать рекламу.

Если вы заказываете рекламу у блогера, проверьте, не является ли он иноагентом, зарегистрирован ли он в Роскомнадзоре и зарегистрирован ли он как самозанятый или ИП. Если страница с аудиторией более 10 000 не включена в перечень РКН, реклама на ней запрещена. А если он просто физ лицо, а вы компания или ИП, то помните, что вы становитесь налоговым агентом и удерживаете НДФЛ по применимой ставке.



Есть множество примеров в судебной практике и практике ФАС РФ, где штрафовали даже при наличии анкеты:

- номер был указан с ошибкой,
- вообще не тот номер,
- клиент впоследствии передал номер третьему лицу.

СУДЕБНЫЕ ДЕЛА

- Постановление Верховного Суда РФ от 04.03.2016 N 305-АД16-585 по делу N А40-111700/2015,
- Решение Иркутского УФАС России от 18.04.2017 N 213,
- Решение Новосибирского УФАС России от 26.01.2017 по делу N 147/16,
- Решение Московского УФАС России от 20.09.2016 по делу N 3-18-125/77-16,
- Решение Новосибирского УФАС России от 23.03.2016 по делу N 93/15).



Но все же, есть и противоположная практика, когда анкета клиента помогает:

- Решение Кемеровского УФАС России от 22.07.2015 по делу N 208/Р-2014,
- Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 18.06.2015 N Ф08-3939/2015 по делу N А77-1340/2014.

В последнем примере клиент был участником системы лояльности, и при получении карты лояльности дал согласие на присоединение к ее условиям. Которые изложены на сайте и включают разрешение на получение рекламы.

Лучший выход - дать клиенту отметить галочкой в чекбоксе поле, напротив которого написано «Я даю согласие на получение рекламы». Слово «согласие» должно быть гиперссылкой, ведущей на страничку с текстом согласия на получение рекламы.

Согласие на обработку персональных данных и Согласие на получение рекламы - это два отдельных документа.

САМЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ, КОТОРЫЙ ПОМОЖЕТ ВАМ

- сберечь своё время на изучение судебной практики и составление документов,
- сэкономить деньги и время на судебные разбирательства. Оспаривание ненормативного акта для юрлица — 50 000 руб.; жалоба на административный штраф — без госпошлины,
- быть спокойным и уверенным в безопасности своего бизнеса,
- направить силы на то, что для вас важно

ЭТО – ОБРАТИТЬСЯ К ПРОФЕССИОНАЛАМ

- Мы проведем первичную консультацию, на которой выявим ваши риски и составим перечень необходимых действий.
- Составим новые документы или проведем профессиональную правовую экспертизу уже имеющихся.
- Проведем правовой аудит сайта и рекламы (выявим слабые места и расскажем, что делать) и составим рекламный договор.



Пишите нам в Telegram, чтобы задать вопрос или записаться на консультацию по юридическим и налоговым вопросам: @BUHGROUPIZH