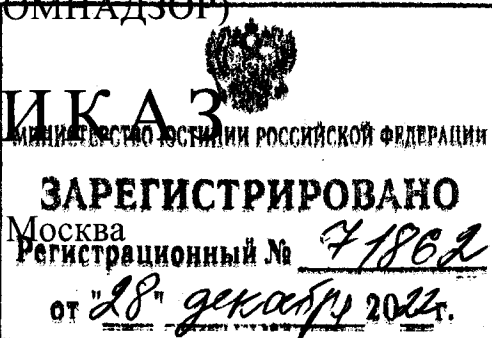




МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
(РОСКОМНАДЗОР)

ПРИКАЗ



№ 191

И. И. Д. Д. Д.

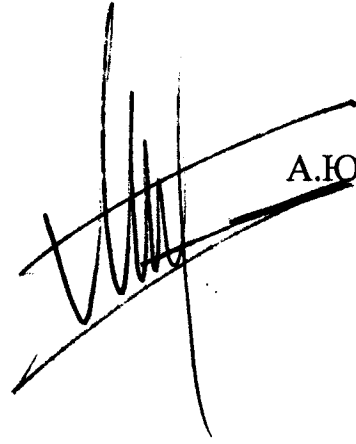
Об утверждении Требований к идентификатору рекламы, его содержанию, порядку и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

В соответствии с частью 17 статьи 18.1 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2021, № 27, ст. 5175; 2022, № 29, ст. 5293) и пунктом 1 Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2009 г. № 228 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 12, ст. 1431), приказываю:

1. Утвердить прилагаемые Требования к идентификатору рекламы, его содержанию, порядок и сроки 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.

2. Настоящий приказ действует в течение 6 лет со дня его вступления в силу.

Руководитель

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and diagonal strokes, positioned over the printed name.

А.Ю. Липов

УТВЕРЖДЕНЫ
приказом Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
от 30.11.2006 № 198

**Требования к идентификатору рекламы, его содержанию,
порядок и сроки 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**

1. Идентификатор рекламы представляет собой уникальное цифровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») рекламы и учета информации о такой рекламе¹ (далее – идентификатор рекламы).

2. Идентификатор рекламы формируется с применением программ для электронных вычислительных машин, используемых операторами рекламных данных для установления факта распространения рекламы в сети «Интернет».

3. Присвоение идентификатора рекламы осуществляется оператором рекламных данных незамедлительно до ее распространения в сети «Интернет» 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 сети «Интернет».

4. Идентификатор рекламы в отношении рекламы, размещаемой в составе авторских произведений в форме текстового или тексто-графического блока, видеоролика или аудиозаписи, присваивается оператором рекламных данных после ее размещения в пределах сроков, указанных в пункте 10 Правил взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами

¹ Часть 17 статьи 18.1 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

рекламных данных, включая порядок, формат и сроки предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 28 мая 2022 г. № 974 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2022, № 23, ст. 3778) (далее – Правила).

5. Оператор рекламных данных предоставляет присвоенный идентификатор рекламы в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций в соответствии с протоколом об информационном взаимодействии, предусмотренным пунктом 6 Правил (Собрание законодательства Российской Федерации, 2022, № 23, ст. 3778).

6. Идентификаторы рекламы предоставляются оператором рекламных данных в информационную систему радиочастотной службы² (далее – информационная система), обеспечивающей осуществление организационных и технических мер, необходимых для реализации Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – уполномоченный орган) полномочий по учету, хранению и обработке информации о распространенной в сети «Интернет» рекламе в соответствии с частью 2 статьи 18.1 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»³.

7. Идентификатор рекламы должен содержать код оператора рекламных данных, который присваивается ему при регистрации в информационной системе⁴.

8. Идентификатор рекламы должен включать произвольный набор цифр, состоящий из совокупности цифровых обозначений.

² Подпункт «е» пункта 4 Положения о радиочастотной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 14 мая 2014 г. № 434 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, № 20, ст. 2542).

³ Пункт 3 Правил (Собрание законодательства Российской Федерации, 2022, № 23, ст. 3802).

⁴ Часть 7 статьи 18.1 Закона о рекламе (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2021, № 27, ст. 5175; 2022, № 29, ст. 5293).

9. Оператор рекламных данных может дополнять идентификатор рекламы буквенными обозначениями.

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.

11. Размещение идентификатора рекламы осуществляется путем добавления идентификатора рекламы в форме последовательности байтов или набора буквенно-цифрового текста на основе букв латинского языка посредством присоединения идентификатора рекламы к указателю страницы сайта в сети «Интернет» в виде: `https://site.ru/?erid=base58(protobuf)`, где «site.ru» – наименование сайта в сети «Интернет», а «erid» – наименование идентификатора рекламы, который передается серверу посредством ссылки (далее – техническая ссылка).

12. В случае невозможности размещения идентификатора рекламы путем присоединения к указателю страницы сайта в сети «Интернет», идентификатор рекламы размещается в начале текстового блока, поверх текстово-графического блока, в начале и (или) поверх видеоролика в виде пометки «erid: xxx», где «erid» – наименование идентификатора рекламы, а «xxx» – набор буквенно-цифрового текста на основе букв латинского языка.

Идентификатор рекламы, содержащийся в контрастной текстовому блоку, текстово-графическому блоку или видеоролику пометке «erid: xxx», должен быть доступен для визуализации, в том числе посредством использования программных средств.

13. В целях обеспечения размещения идентификатора рекламы при распространении рекламы в сети «Интернет» в протокол об информационном взаимодействии, предусмотренный пунктом 6 Правил, оператором рекламных данных могут включаться иные технические характеристики идентификатора рекламы, разрабатываемые исходя из формы распространения рекламы.

14. Оператор рекламных данных должен хранить идентификаторы рекламы, присвоенные рекламе, распространенной в сети «Интернет», в течение года со дня их присвоения.

15. Для хранения идентификаторов рекламы в случае использования оператором рекламной системы, оператором рекламных данных в указателе страницы сайта в сети «Интернет» кодированной технической ссылки, в информационную систему от таких оператора рекламной системы, оператора рекламных данных предоставляются коды декодирования технической ссылки.
