



МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

(РОСКОМНАДЗОР)

МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ПРИКАЗ**  
**ЗАРЕГИСТРИРОВАНО**

Регистрация № 71906

от "30" апреля 2022

01.12.2022

№ 192

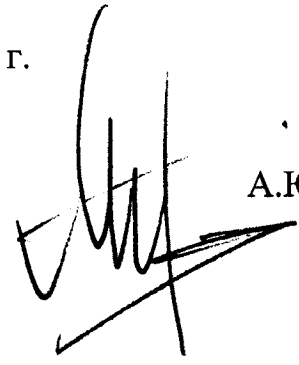
**О внесении изменений в приложения № 1 и № 2 к приказу Федеральной службы  
по надзору в сфере связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. № 63**

В соответствии с частями 5, 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, 2006, № 12, ст. 1232; 2021, № 27, ст. 5175; 2022, № 29, ст. 5293), п р и к а з ы в а ю:

1. Внести изменения в приложения № 1 и № 2 к приказу Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. № 63 «Об определении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, а также порядка предоставления такой информации» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 31 мая 2022 г., регистрационный № 68649) согласно приложению к настоящему приказу.

2. Настоящий приказ действует до 1 сентября 2028 г.

Руководитель

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

А.Ю. Липов

Приложение  
к приказу Федеральной службы  
по надзору в сфере связи,  
информационных технологий  
и массовых коммуникаций  
от 11.04.2022 № 194

**Изменения, которые вносятся в приложения № 1 и № 2 к приказу Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. № 63**

1. В приложении № 1 к приказу Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. № 63 (далее – приказ):

а) подпункт «з» пункта 1 изложить в следующей редакции:

«з) об идентификаторах рекламы;»;

б) подпункт «а» пункта 4 после слов «предоставивших информацию» дополнить словами «или обеспечивших предоставление информации»;

в) подпункт «г» пункта 5 после слов «информационных ресурсах,» дополнить словами «доступ к которым в течение суток составляет более ста тысяч пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации, их стоимости,».

2. В приложении № 2 к приказу:

а) пункт 5 признать утратившим силу;

б) в пункте 6:

в подпункте «а» слова «, а также данные рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламной системы, если оператор рекламных данных действует по их обращению» исключить;

подпункт «в» изложить в следующей редакции:

«в) идентификаторы рекламы либо сведения, позволяющие идентифицировать рекламу в сети «Интернет», необходимые для предоставления информации о такой рекламе, или указание, что запрашиваются все сведения, касающиеся рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламных систем, оператора рекламных данных, оператора социальной рекламы;»;

подпункт «г» признать утратившим силу;

б) пункт 10 изложить в следующей редакции:

«10. Оператору рекламных данных запрашиваемая информация предоставляется в отношении информации о рекламе, распространенной в сети «Интернет», которая предоставлена или предоставление которой обеспечено рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламной системы, которые ранее предоставляли или обеспечивали предоставление информации о рекламе, распространенной в сети «Интернет», через такого оператора рекламных данных в информационную систему.»;

в) пункт 13 признать утратившим силу.

---