

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕВЫПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМОЙ

С 1 сентября 2023 года устанавливается административная ответственность за неисполнение отдельных требований, связанных с распространением рекламы в сети «Интернет».

Данная ответственность установлена Федеральным законом от 24.06.2023 N 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях».

1. Нарушения и штрафы.

В частности, вводится ответственность за распространение рекламы в сети «Интернет» без присвоенного оператором рекламных данных (ОРД) рекламе идентификатора (токена) либо за нарушение требований к размещению токена при распространении рекламы в сети «Интернет» (ч.16 ст. 14.3 КоАП РФ).

Указанное правонарушение повлечёт наложение штрафа на граждан в размере от тридцати тысяч до ста тысяч рублей; на должностных лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Также устанавливается ответственность за неисполнение обязанности по предоставлению в Роскомнадзор информации или обязанности по обеспечению предоставления информации о распространённой в сети «Интернет» рекламе либо нарушение установленных сроков исполнения таких обязанностей, либо предоставление в Роскомнадзор неполной, недостоверной, неактуальной информации (ч. 15 ст. 14.3 КоАП РФ).

За такое правонарушение полагается административный штраф на граждан в размере от десяти тысяч до тридцати тысяч рублей; на должностных лиц - от тридцати тысяч до ста тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

2. Кого могут оштрафовать.

Ответственность за указанные правонарушения может нести любое лицо из цепочки размещения рекламы – рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламной системы (ОРС).

Однако, с учётом постановления Правительства РФ от 25.05.2022 № 948, в отношении лиц, которые могут быть привлечены к ответственности за правонарушение, предусмотренное ч. 15 ст. 14.3 КоАП РФ, имеется следующее исключение.

Рекламодатели, обладающие исключительным правом на объекты рекламирования и (или) являющиеся изготовителями или продавцами товаров, освобождаются от административной ответственности по ч. 15 ст. 14.3 КоАП РФ, если они делегировали обязанность по предоставлению информации о распространённой в сети «Интернет» рекламе контрагенту по договору (рекламораспространителю, ОРС).

Таким образом, в договоре с контрагентом необходимо чётко определить, кто несёт обязанность по регистрации рекламного материала в Едином реестре интернет-рекламы через ОРД, кто маркирует рекламу, кто размещает присвоенный рекламе токен при её распространении, кто предоставляет информацию (отчитывается) о распространённой в сети «Интернет» рекламе (как правило, кто регистрирует рекламу, тот по ней и отчитывается).

3. Обратная сила закона.

По информации от Роскомнадзора, закон об ответственности за невыполнение требований об интернет-рекламе обратной силы не имеет и будет применяться к нарушениям, выявленным после 1 сентября 2023 года.

Но, как отметили в ведомстве, под действие документа могут попасть и длящиеся правонарушения по действующим договорам.

К примеру, если реклама размещена без идентификатора до 01.09.2023 и продолжает показываться в таком виде после указанной даты, то будет иметь место длящееся правонарушение, за которое виновное лицо может быть привлечено к ответственности по ч.16 ст. 14.3 КоАП РФ.

Чтобы избежать такой ответственности, заинтересованному лицу необходимо после указанной даты либо размещать рекламу с заблаговременно полученным токеном и начать по ней отчитываться, либо удалить соответствующий рекламный материал.

4. Реклама или информация?

При решении вопроса о перспективе привлечения к административной ответственности в каждом отдельном случае важно иметь чёткое понимание, чем реклама отличается от, собственно, информации.

Как указано в ст. 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно данным, опубликованным ФАС России 21.11.2022 на сайте ведомства, рекламой не считается информация о товарах и услугах, размещённая (как предполагается, для потребителей) на официальном сайте, страницах или в социальных сетях их производителя или продавца.

Однако, если при этом какому-то отдельному товару уделяется особое внимание, о нём даётся избыточная и положительно эмоционально окрашенная информация, имеются призывы

приобрести товар, в том числе с указанием адресов магазинов, то такой контент может быть признан рекламой.

В соответствии с другими разъяснениями ФАС, информация о партнёрах (к примеру, об интернет-магазинах) на сайте и в соцсетях компании не является рекламной при условии, что она размещена в отдельном блоке и никто из партнёров не выделяется ни форматом, ни местом, ни стилем размещения. При этом наличие активных ссылок на сайты партнёров не имеет значения, если они единообразны и есть у всех.

Также исходя из разъяснений ФАС, в случае, если «Telegram» используется не в качестве «мессенджера», а для донесения информации широкому кругу пользователей посредством предлагаемых сервисных возможностей (через Telegram-каналы), то такая реклама подпадает под действие Закона о рекламе и требует маркировки.

Как нам представляется, указанные разъяснения касаются использования каналов других платформ (мессенджеров, соц сетей и проч.).

ЧЕМ МЫ МОЖЕМ ВАМ ПОМОЧЬ

- проконсультировать по вопросам, связанным с привлечением к ответственности в сфере интернет-рекламы.

Контакты:



Юодка Олег Ионович,
Партнёр, адвокат

yuodka@y-p.ru,
+7 (495) 913-67-42