Techart

Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития

1999 — 2022

Новый закон о рекламе: опыт первых 2 месяцев работы

techart.ru | promo.techart.ru

С сентября 2022 года в РФ вступил в силу закон № 347-ФЗ о поправках в Федеральный закон «О рекламе», согласно которому вся интернет-реклама должна быть размечена.
Закон распространяется на рекламу, которую показывают только на территории России.

Исключением может являться:

- социальная реклама (регулируется другой статьей закона);
- email-рассылка (по собственной базе);
- push-уведомления.

Что такое разметка?

- Все рекламные креативы должны быть размечены токенами – уникальными идентификаторами рекламного объявления.
- На креативах должна быть пометка «реклама» и указан конечный рекламодатель.
- Все участники рынка передают данные о разметке в Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР).
- Токены для рекламных креативов выдаются операторами рекламных данных (ОРД). Также через ОРД передают всю отчетность по разметке в ЕРИР. Отчитываться напрямую в ЕРИР на данный момент возможности нет.
- Отчетность включает в себя: основные данные о рекламных креативах, участниках цепочки размещения рекламы, договорах, актах по кампаниям и статистике.

Кто несет ответственность за передачу информации в ОРД?

- Рекламодатель* – то есть субъект, заказавший рекламу.
- Операторы рекламных систем – например, Яндекс.Директ, ВКонтакте.
- Паблишеры – площадки или ресурсы, которые продают рекламу напрямую.
- Посредники – агентства и фрилансеры.

* Рекламодатели могут поручить отчетность посреднику — агентству, сервису или рекламной площадке. Однако по закону ответственность за некорректную или ненадлежащую передачу данных для рекламодателя при этом сохраняется. Поэтому рекомендуем вносить в договор пункт об ответственности за маркировку рекламы.
Если Рекламодатели размещают рекламу напрямую через ОРС Яндекс.Директ или ВКонтакте, то площадки передадут отчетность автоматически.

Утвержденные ОРД

Яндекс ОРД:

- ord.yandex.ru
- ya-ord-ask@yandex-team.ru

VK ОРД:

- ord.vk.com
- support_target@corp.my.com

«ОРД-А» (AmberData):

- amberdata.ru/orda
- support@ord-a.ru

«Первый ОРД» (Вымпелком):

- 1ord.ru
- ceo@1ord.ru

«Медиаскаут» (МТС):

- mediascout.ru
- vladislav.shilov@mts.ru

«Озон ОРД» (Ozon):

- ord.ozon.ru
- info@ord.ozon.ru

«ОРД-Лаборатория разработки» (СБЕР):

- ord-lab.ru
- info@ord-lab.ru

Этапы маркировки и передачи данных:

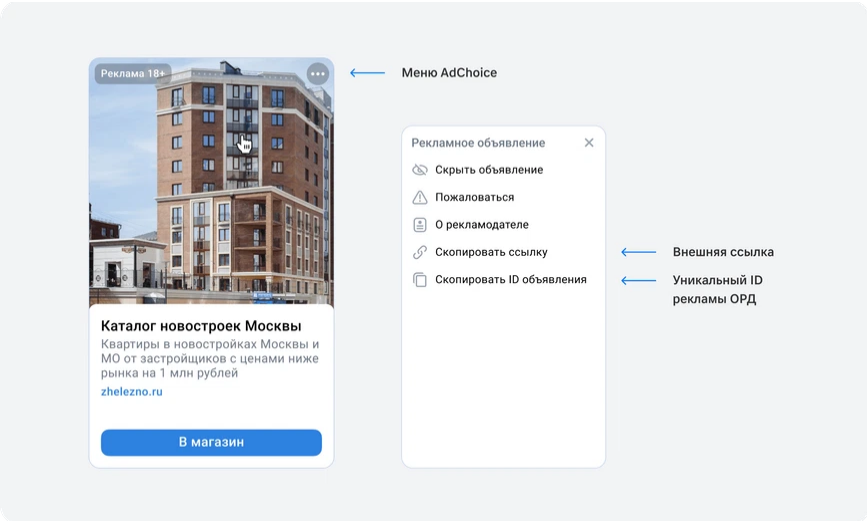
1. Регистрация креатива и получение для него токена.
2. Период показа креатива.
3. Отчетность о показе за календарный месяц.

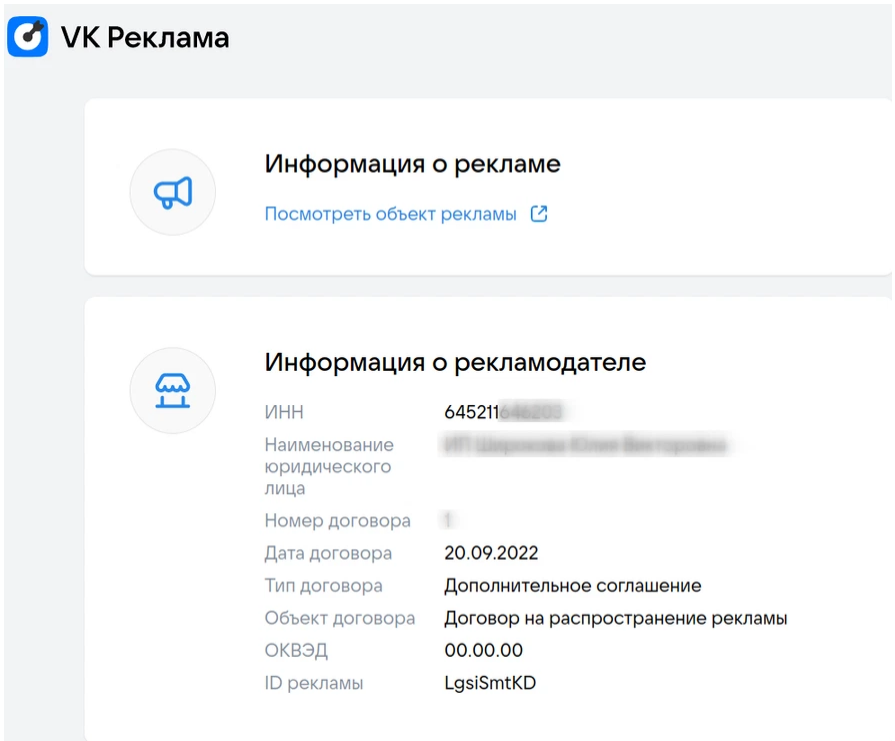
Маркировка рекламы

Процесс маркировки креативов в ОРС (Яндекс.Директ, ВКонтакте)

Яндекс.Директ или ВКонтакте выдают токены автоматически, т.к. сами являются ОРД.

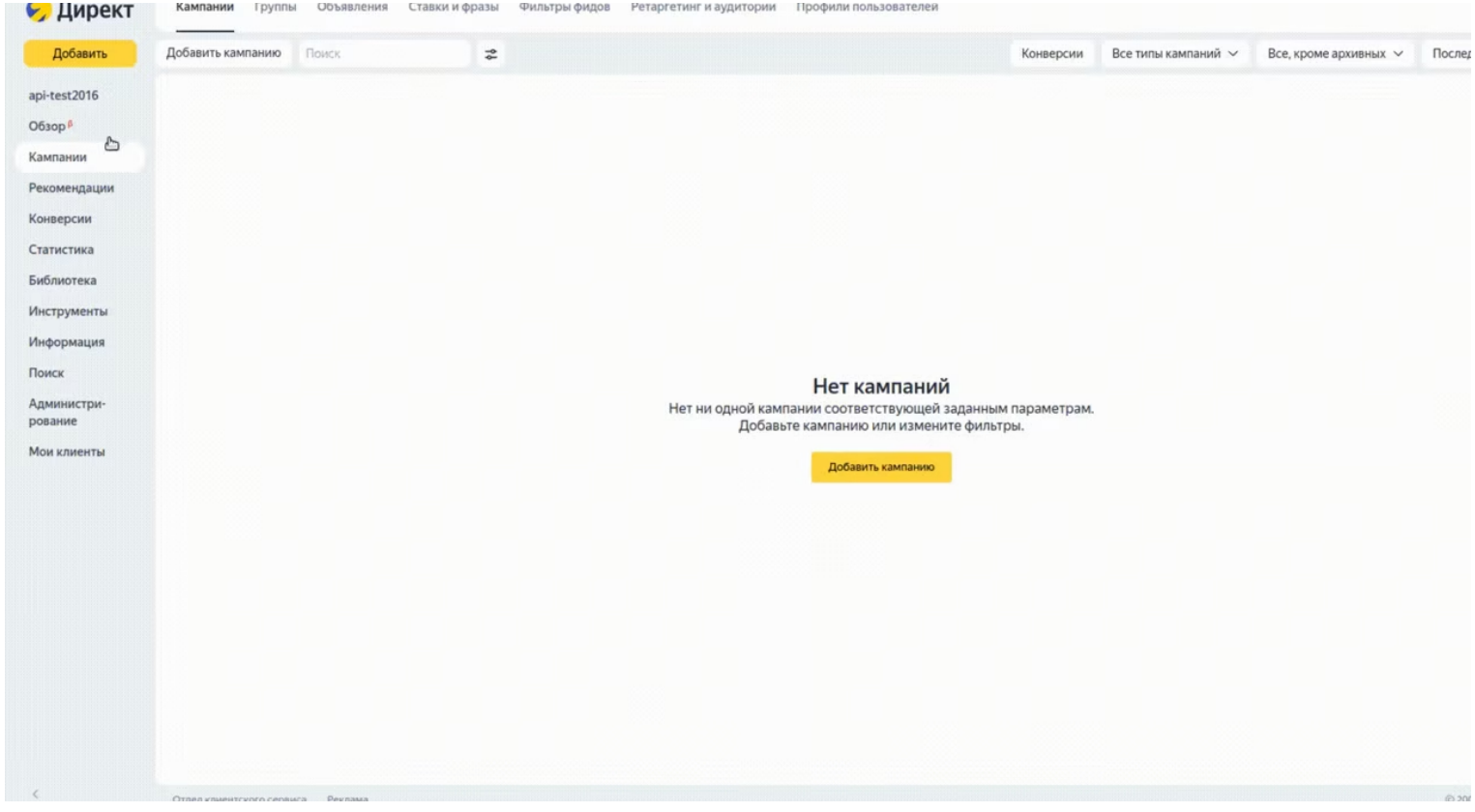
Информацию о рекламодателе можно посмотреть в меню AdChoice.





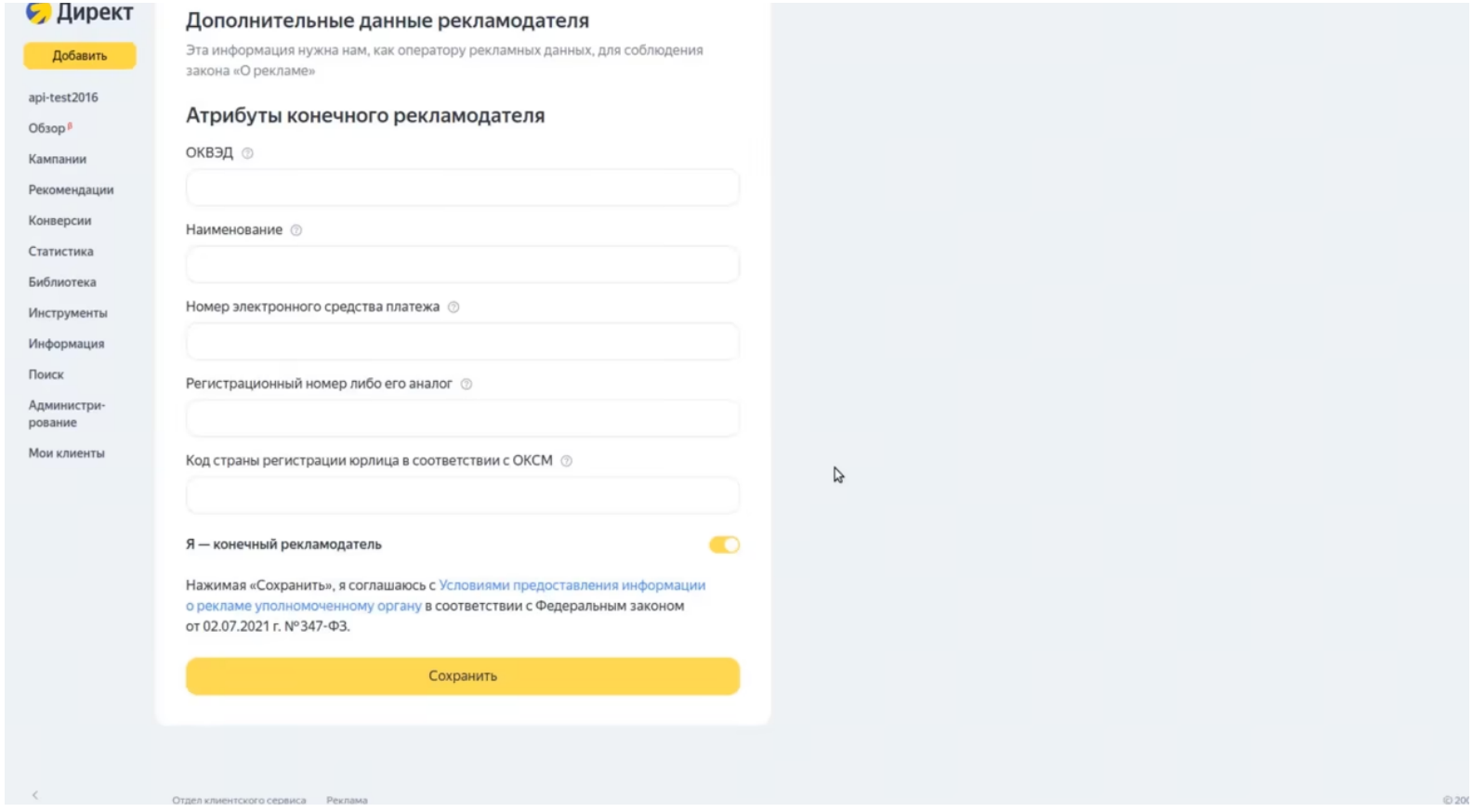
Яндекс.Директ

Все обязаны заполнить информацию: «Вид организации» и ИНН.



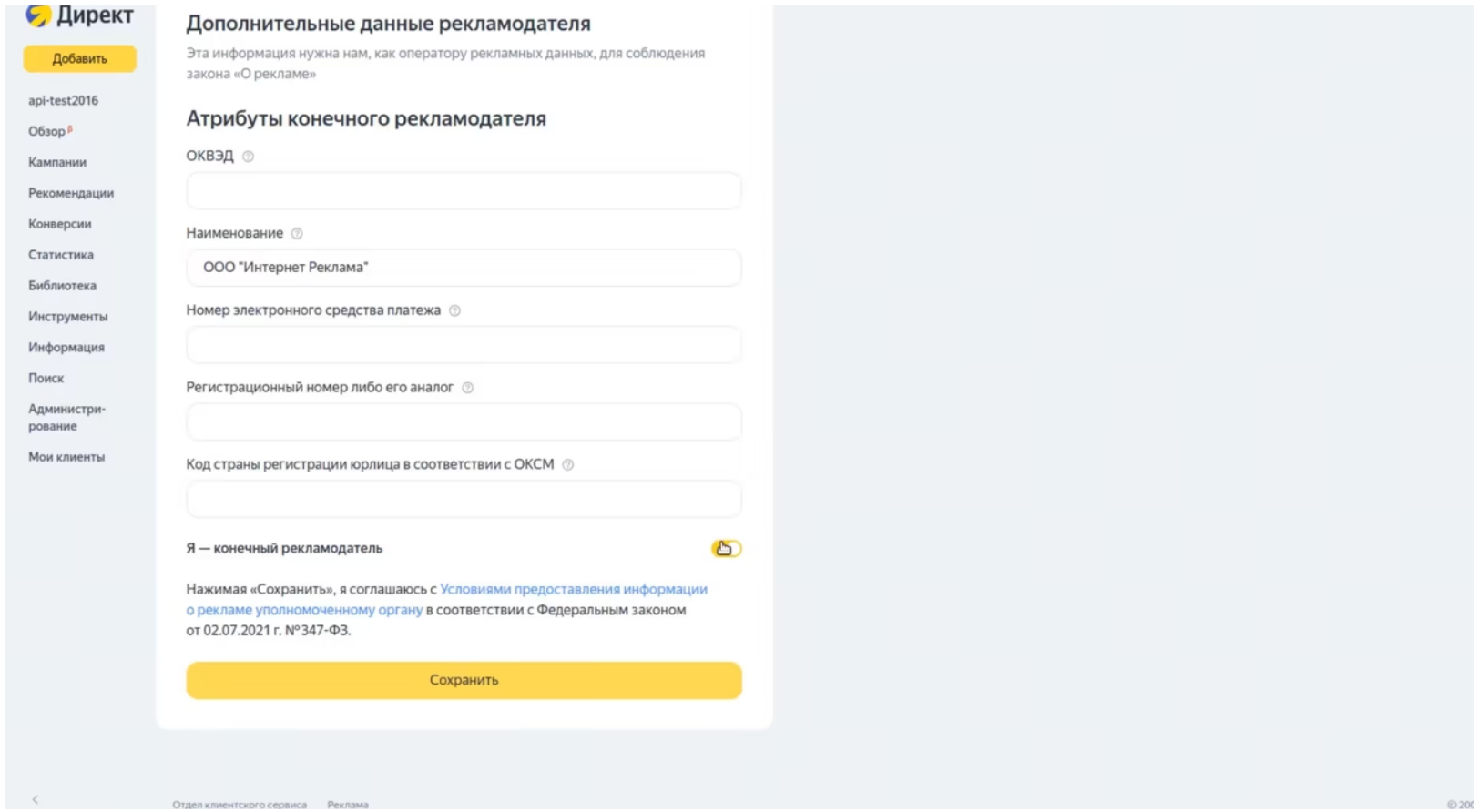
Яндекс.Директ

Яндекс рекомендует заполнять также полную форму. Если вы прямой рекламодатель, то чекбокс оставляем активным.



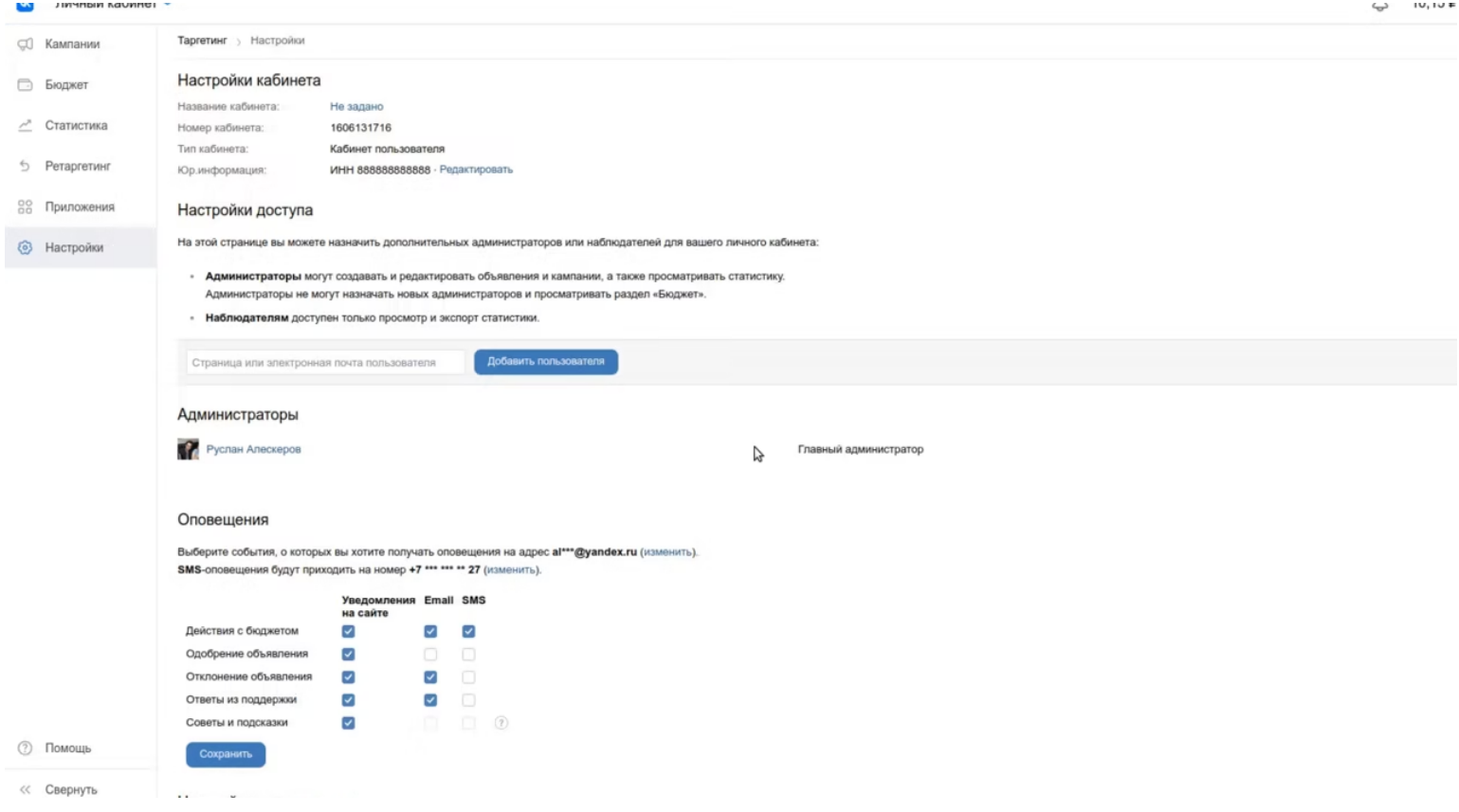
Яндекс.Директ

Если реклама размещается не напрямую, то чекбокс деактивируется и заполняются данные о контрагенте и договоре между рекламодателем и контрагентом.



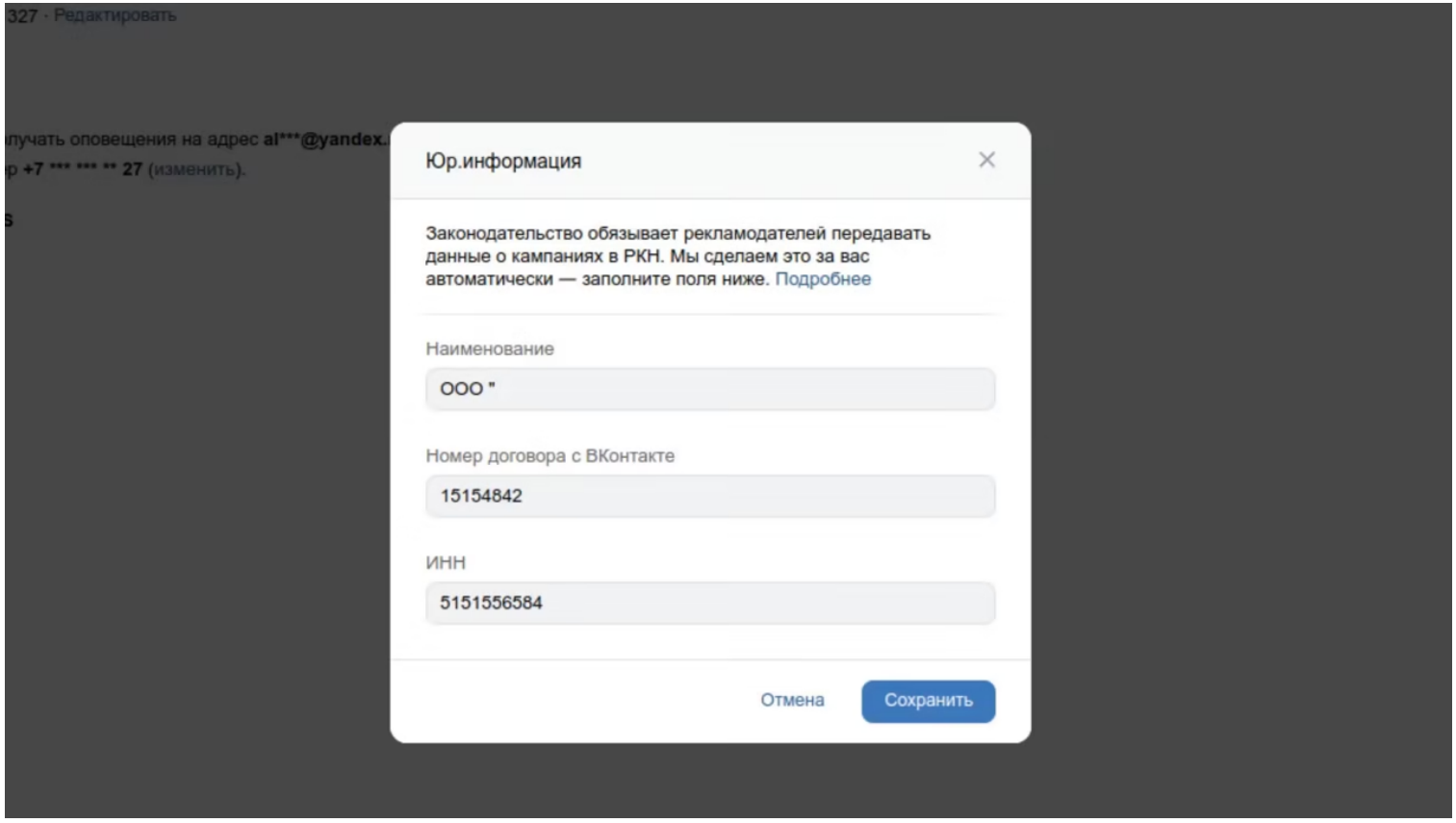
ВКонтакте

Физическое лицо - необходимо указать в настройках аккаунта ФИО, номер телефона и ИНН.



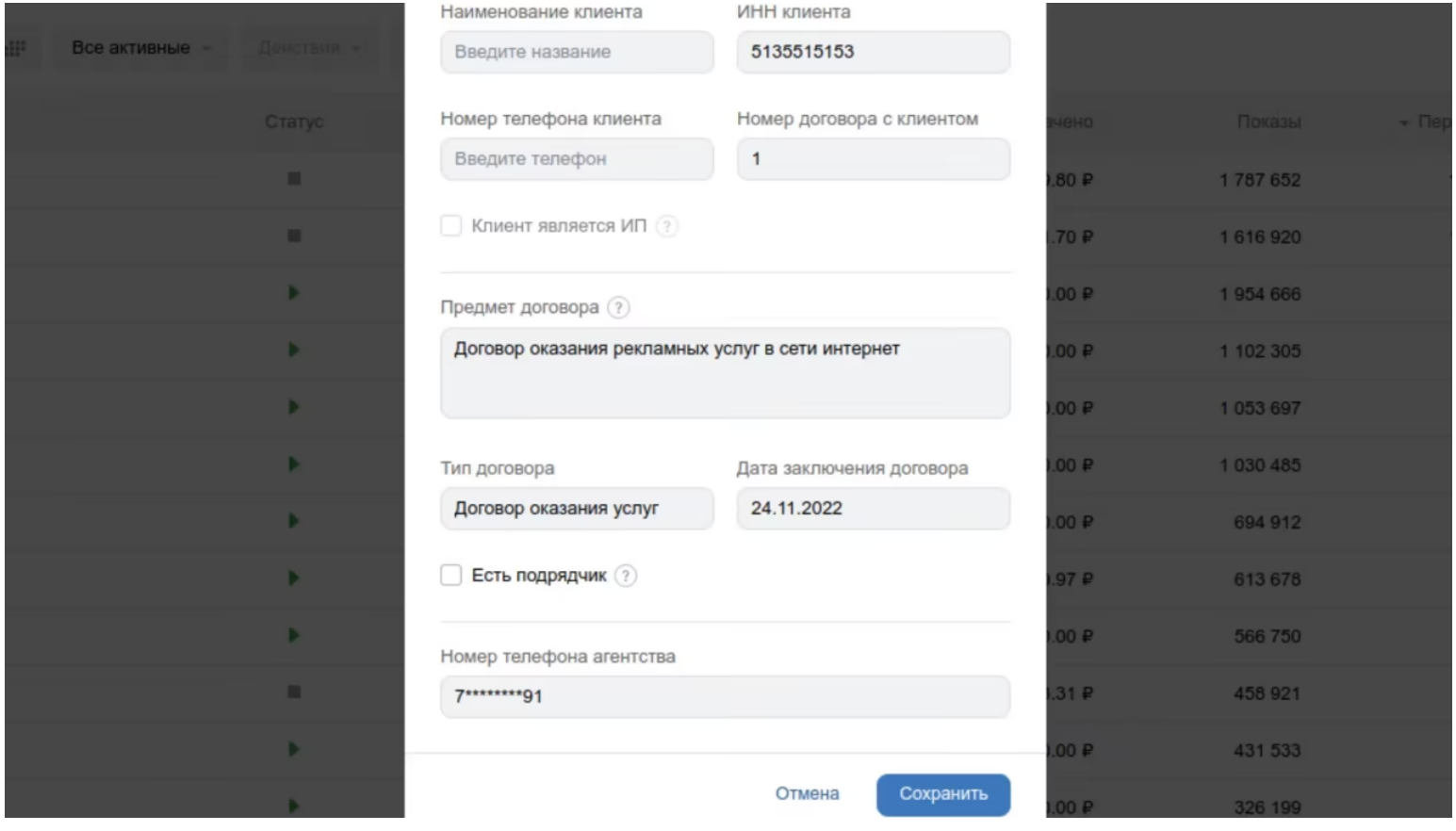
ВКонтакте

Юридическое лицо - требуется указать в настройках название организации, договор с «ВКонтакте» и ИНН.



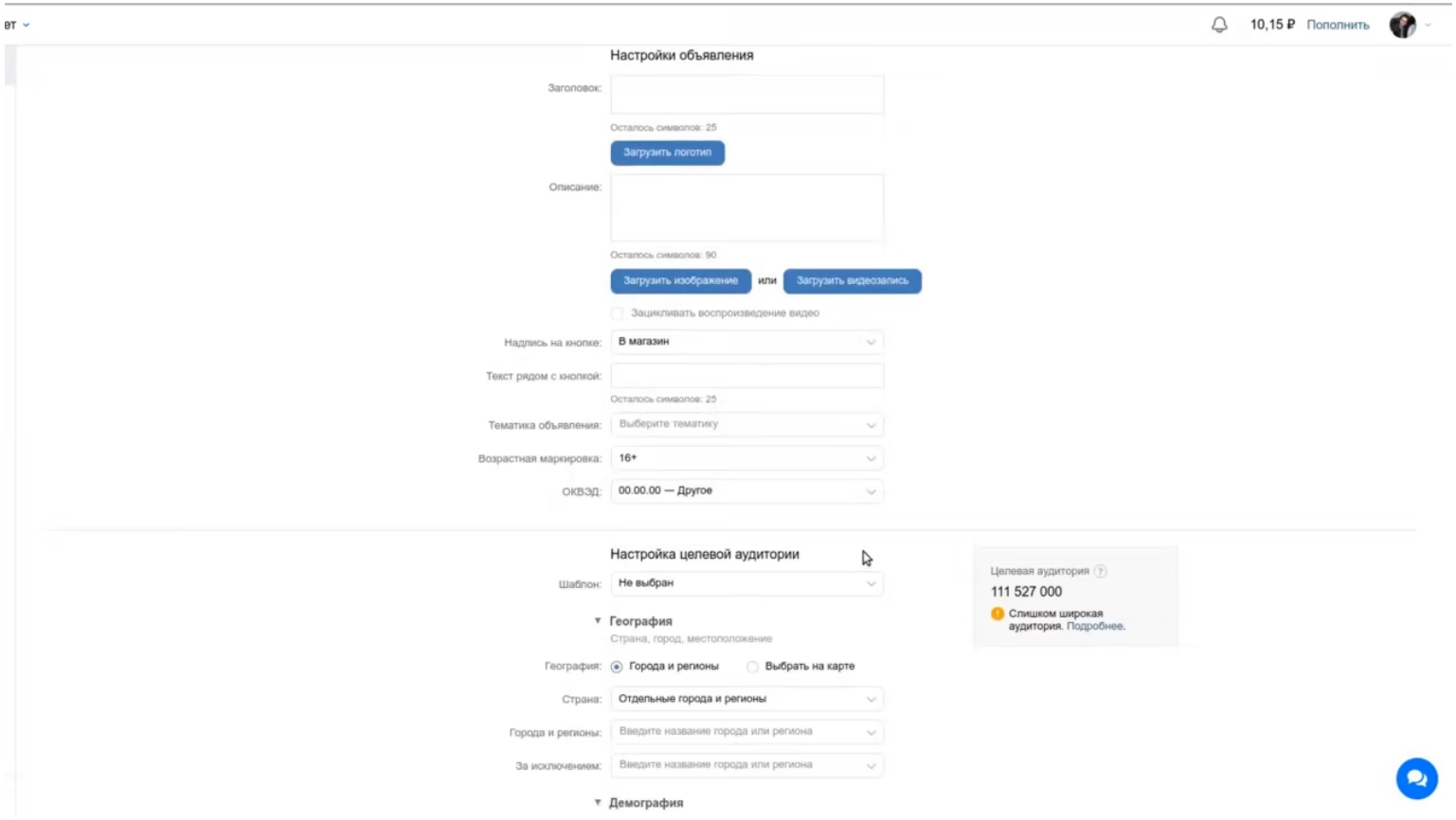
ВКонтакте

Агентство - нужно указать информацию о контрагенте и атрибуты договора с контрагентом.



ВКонтакте

При создании объявлений требуется указать ОКВЭД и согласиться на передачу данных в ОРД.

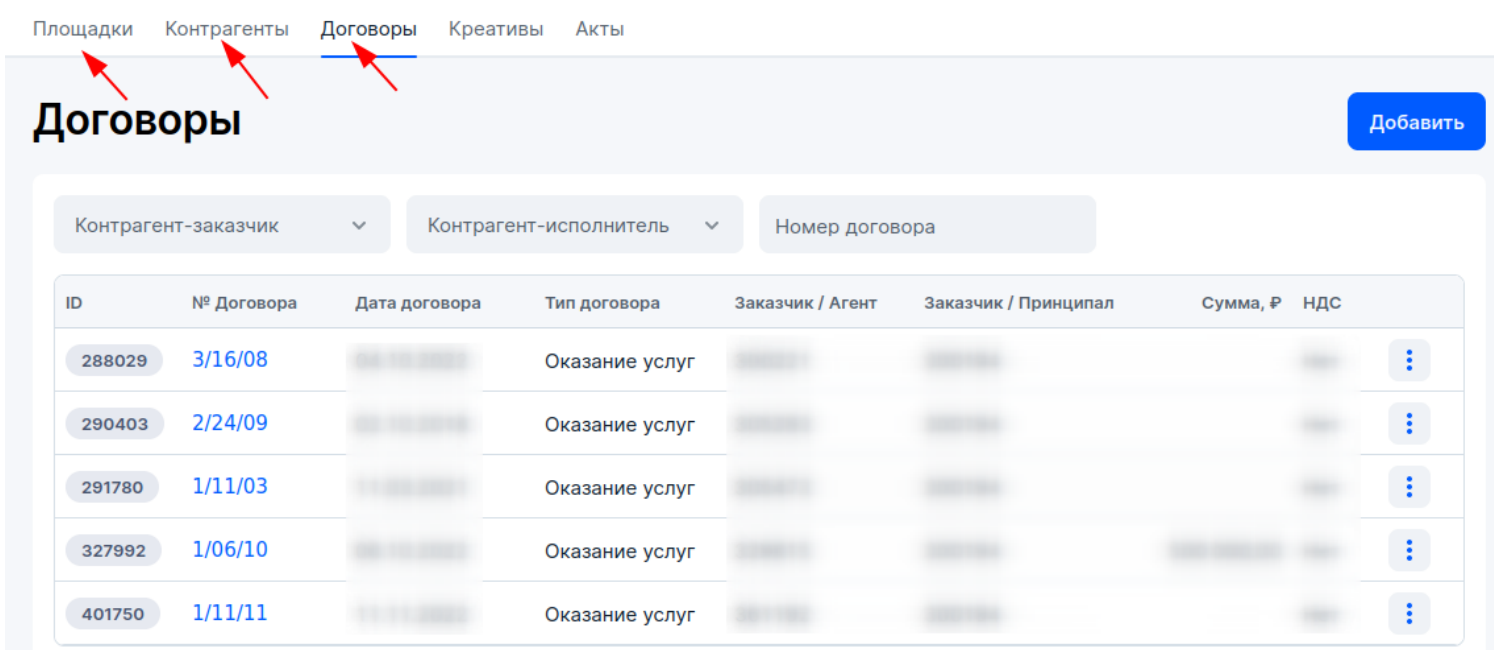


ОРД ОЗОН

Регистрировать креативы для сторонних площадок можно на различных ОРД (Яндекс пока не позволяет это сделать).

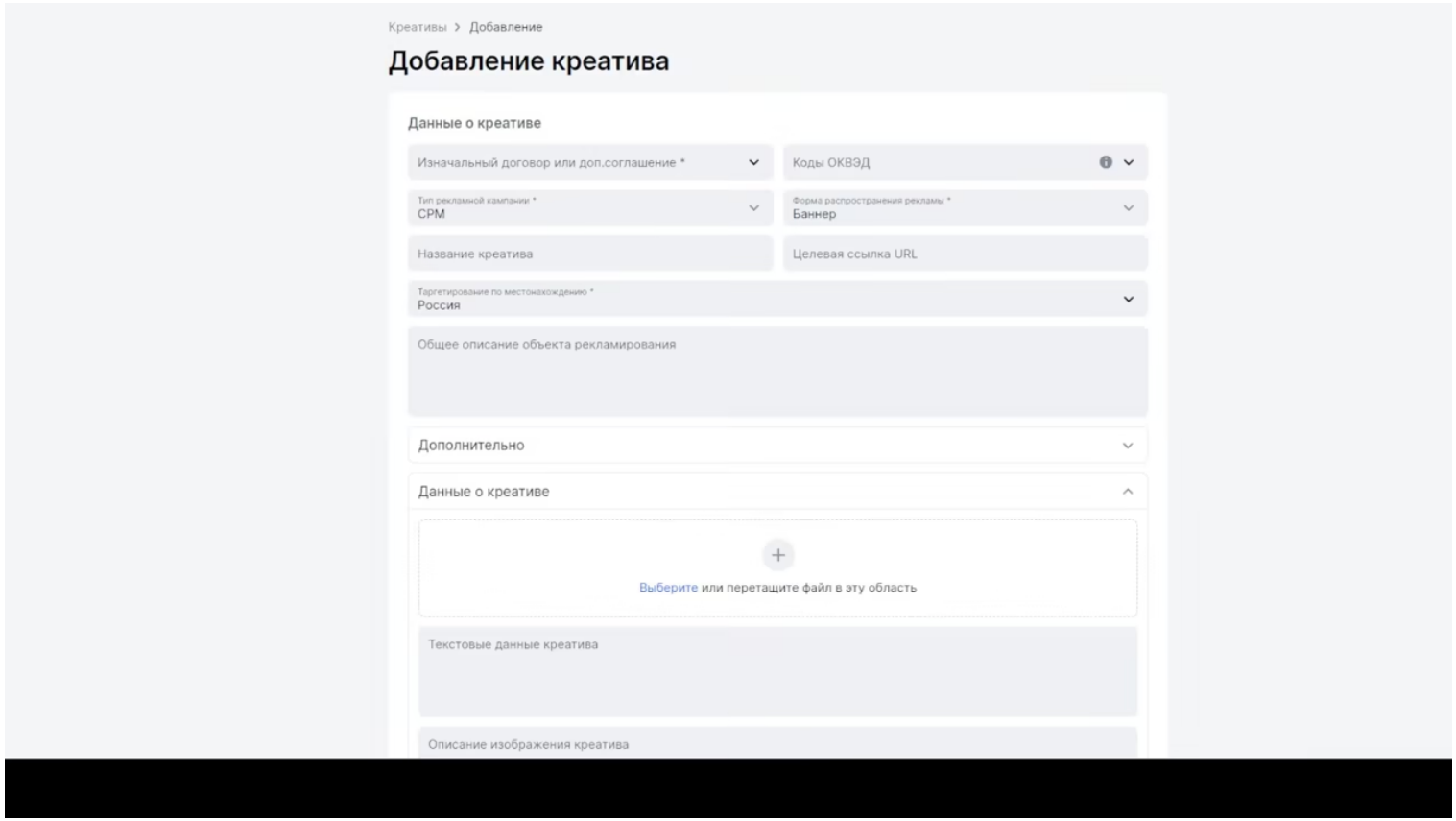
Общий алгоритм у всех схожий:

- Добавляем реквизиты своей организации.
- Добавляем реквизиты контрагента.
- Заносим данные договора.
- Указываем площадку для размещения креатива.

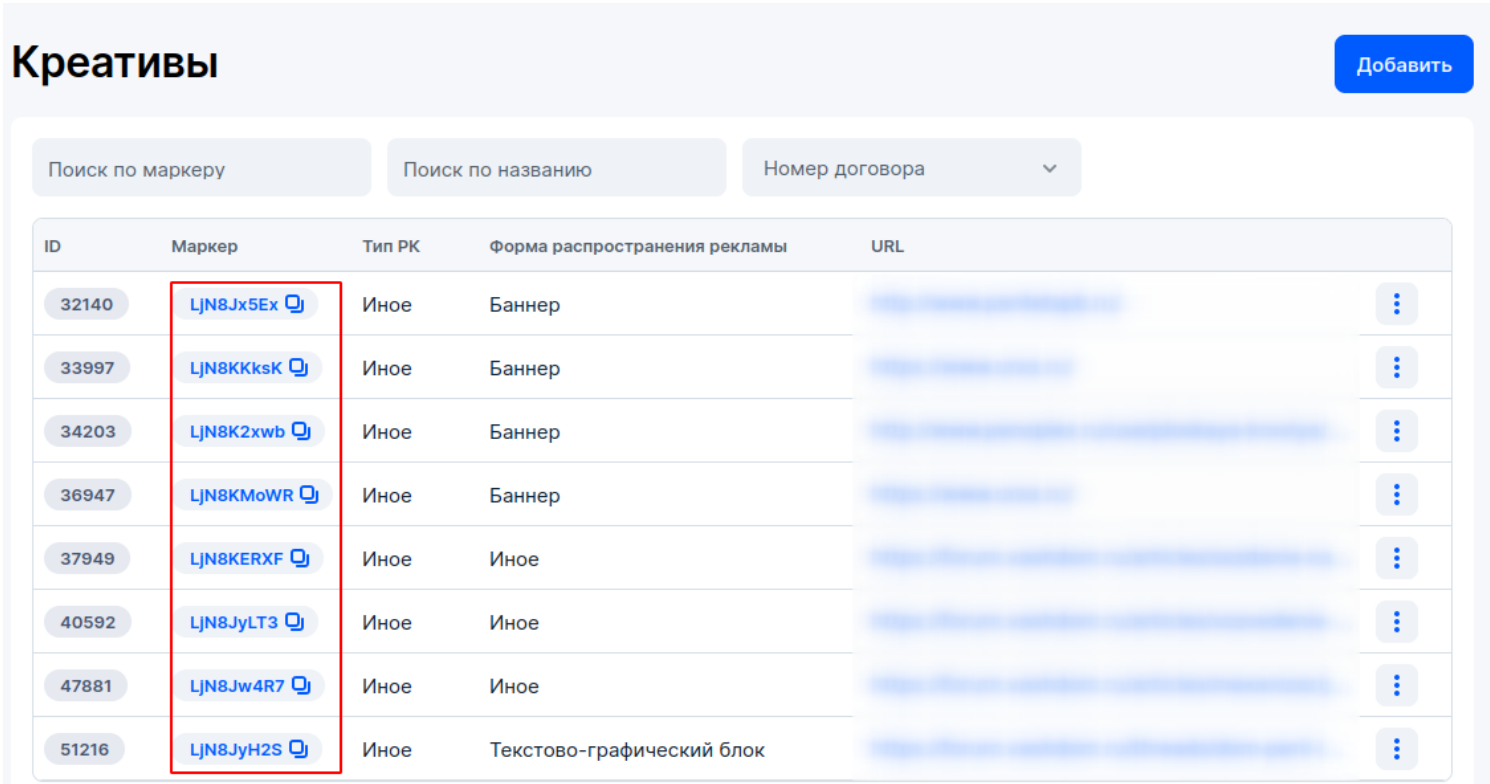


ОРД ОЗОН

Далее переходим к регистрации креатива.



ОРД ОЗОН



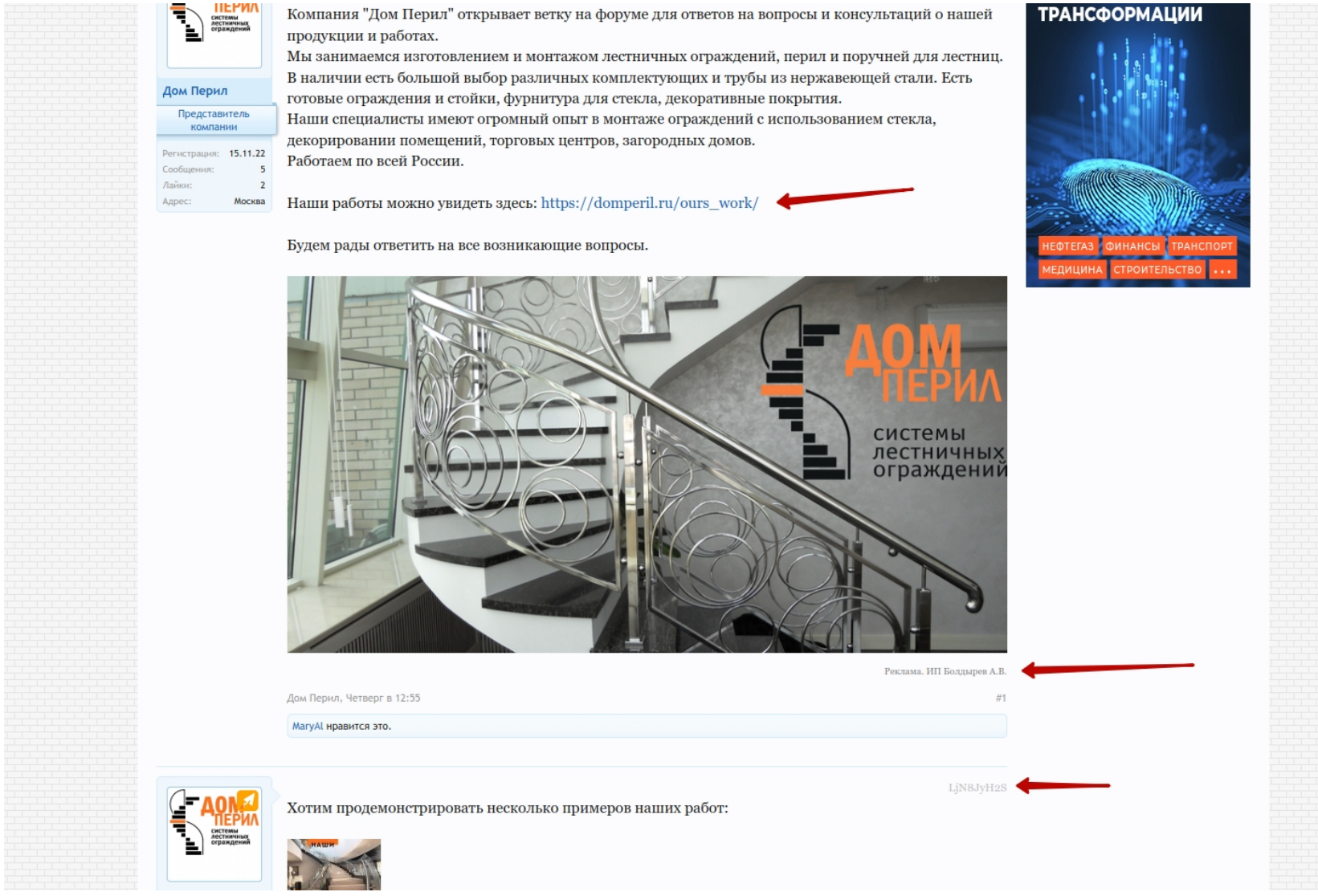
Креативы

Добавить

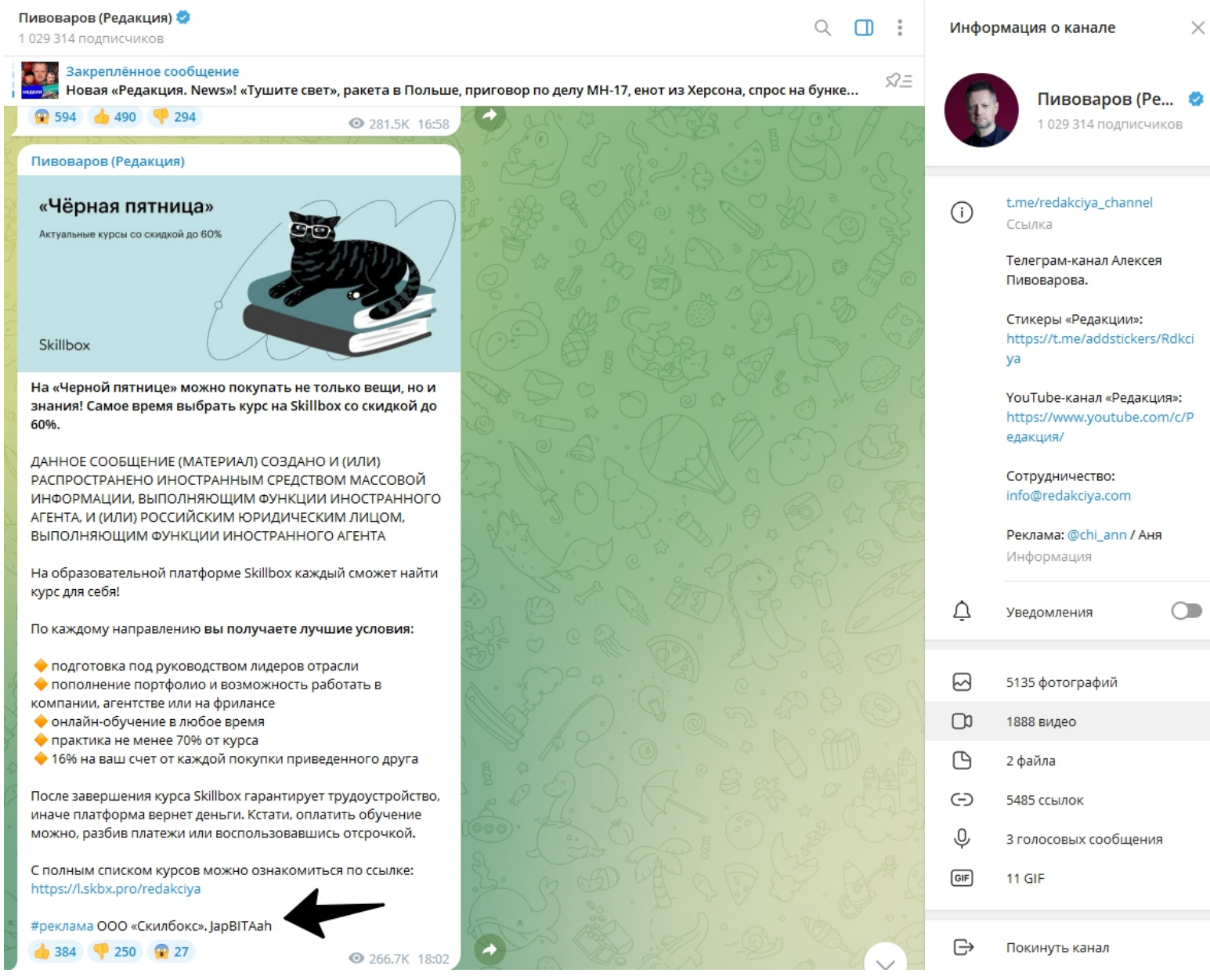
Поиск по маркеру | Поиск по названию | Номер договора

ID	Маркер	Тип РК	Форма распространения рекламы	URL
32140	LJN8Jx5Ex	Иное	Баннер	
33997	LJN8KKksK	Иное	Баннер	
34203	LJN8K2xwb	Иное	Баннер	
36947	LJN8KMoWR	Иное	Баннер	
37949	LJN8KERXF	Иное	Иное	
40592	LJN8JyLT3	Иное	Иное	
47881	LJN8Jw4R7	Иное	Иное	
51216	LJN8JyH2S	Иное	Текстово-графический блок	

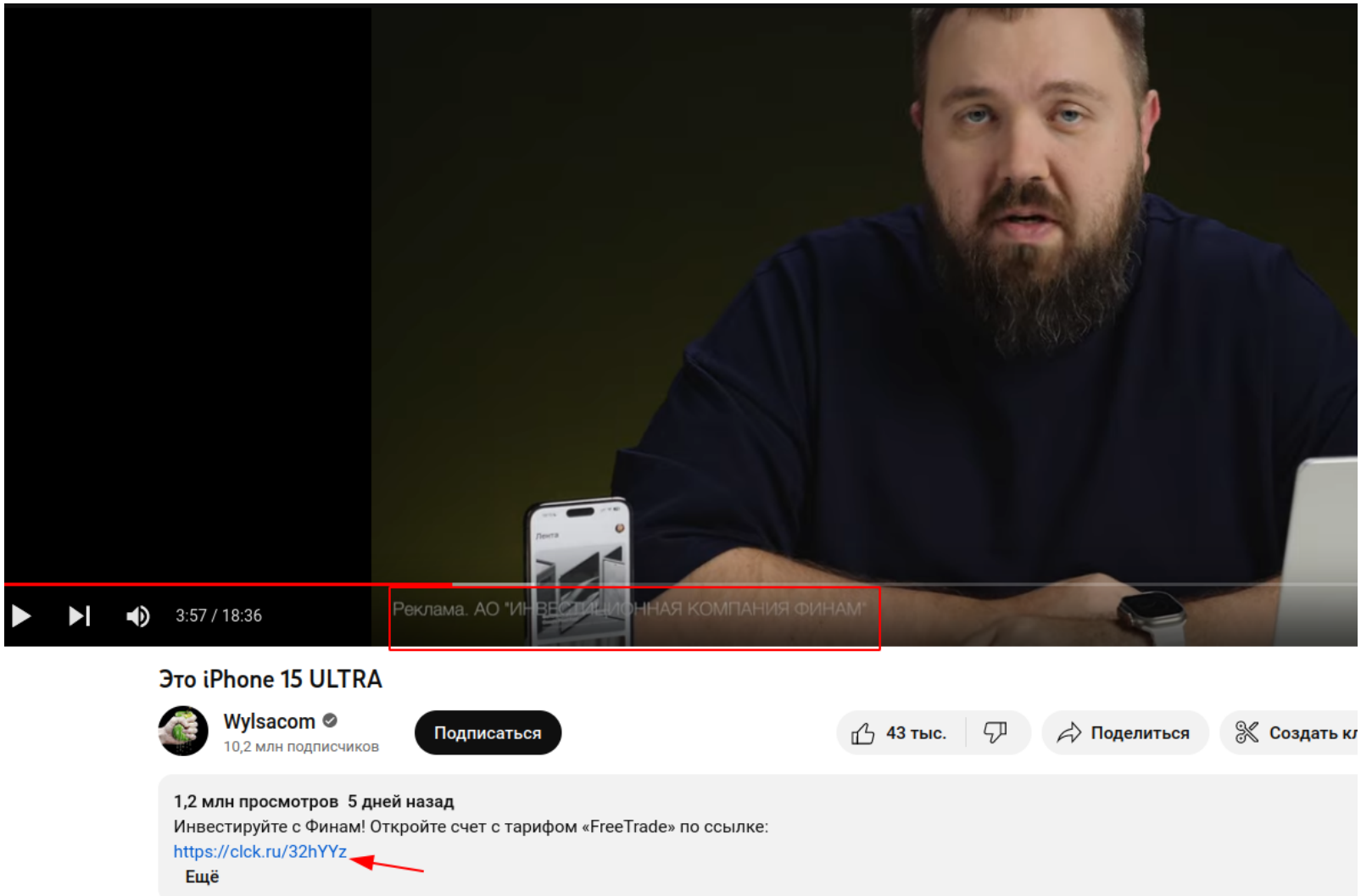
Пример разметки типа «статья»



Пример разметки типа «пост в Telegram»



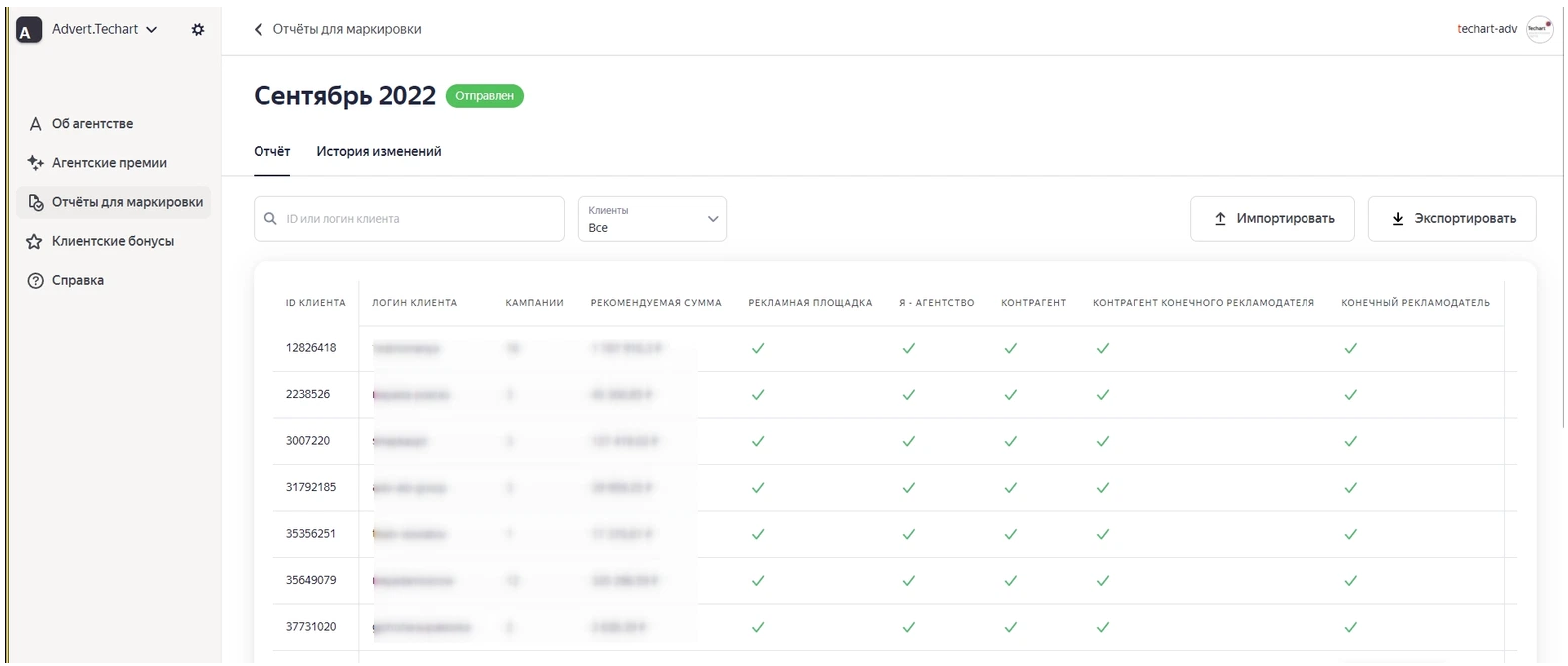
Пример разметки типа «видео интеграция»



Отчетность

Отчетность Яндекс.Директ

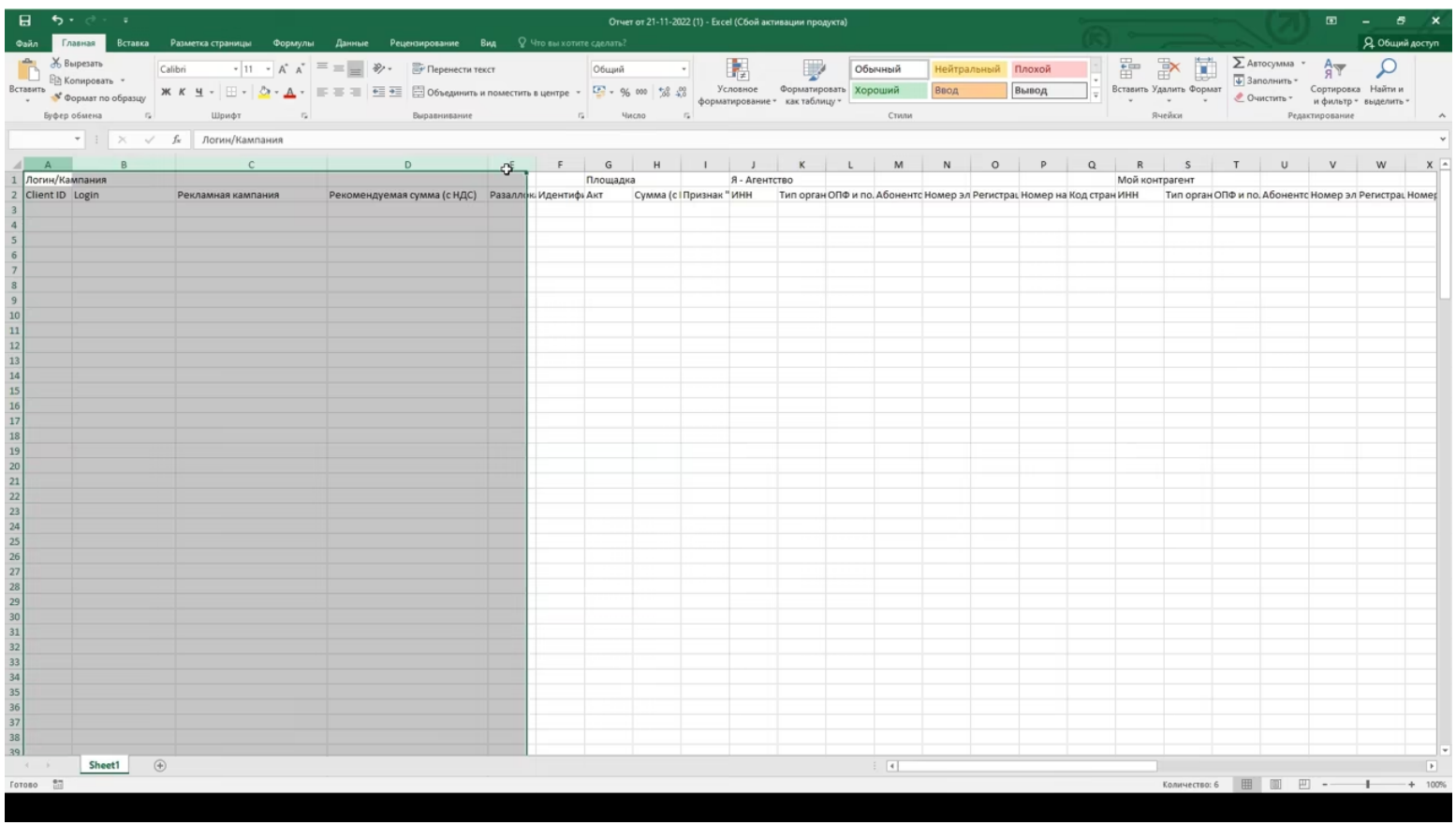
- Если вы прямой рекламодатель, то Яндекс отчитается за всех.
- Если вы агентство или фрилансер и через вас не проходит рекламный бюджет, то вы не должны отчитываться.
- Агентства отчитываются через партнерский кабинет.



Яндекс.Директ

Для отчета необходимо внести данные по актам в предзаполненный Яндексом файл (скачивается из партнерского кабинета).

Указывается номер акта, сумма акта и признак НДС.

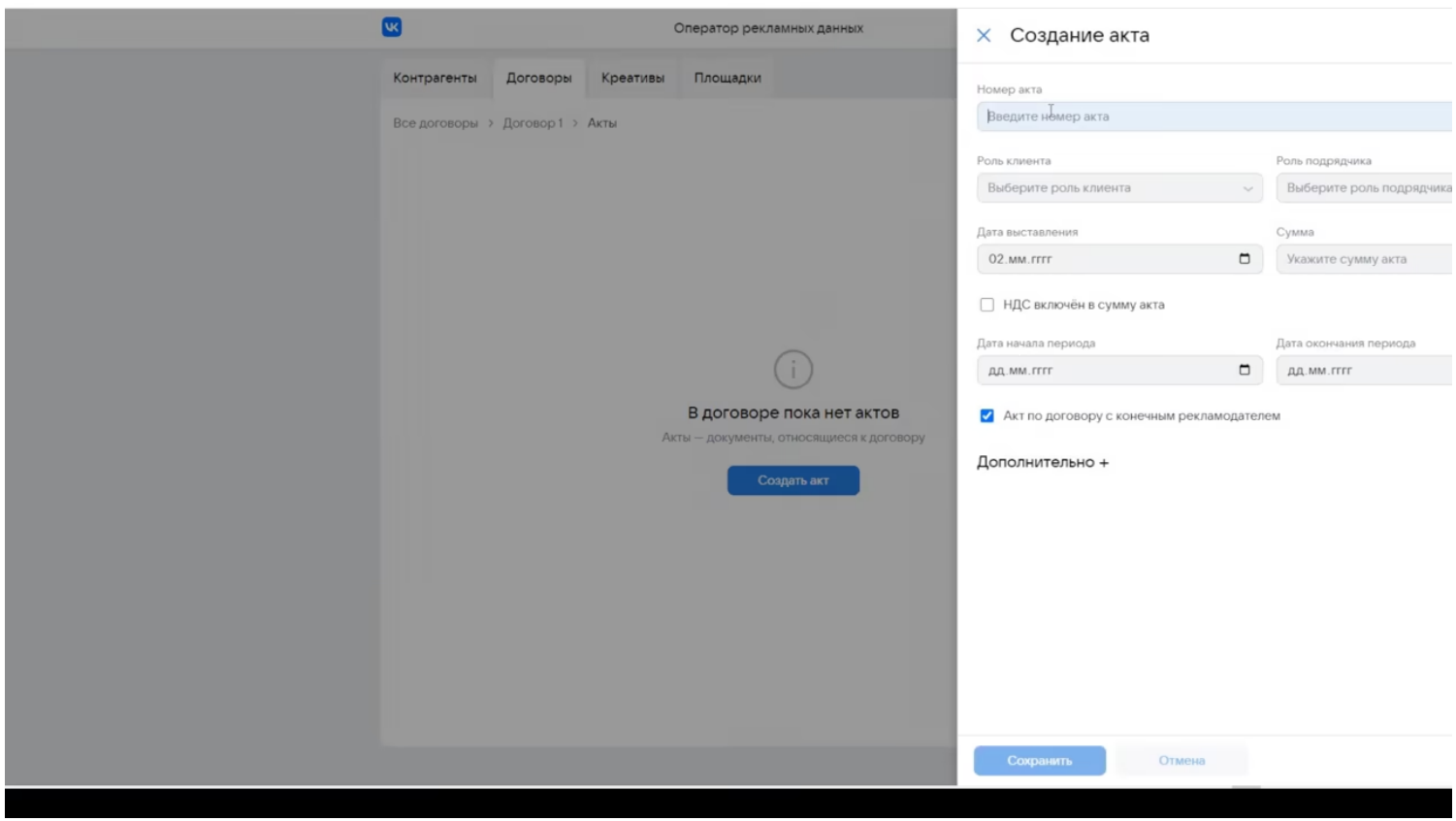


ВКонтакте

Отчетность по ВКонтакте происходит в кабинете ОРД ВКонтакте. По запросу в службу поддержки создается контрагент и договор. Также это можно сделать вручную.

Занести данные акта можно только перейдя во вкладку «Договор» и кликнув на конкретный номер договора.

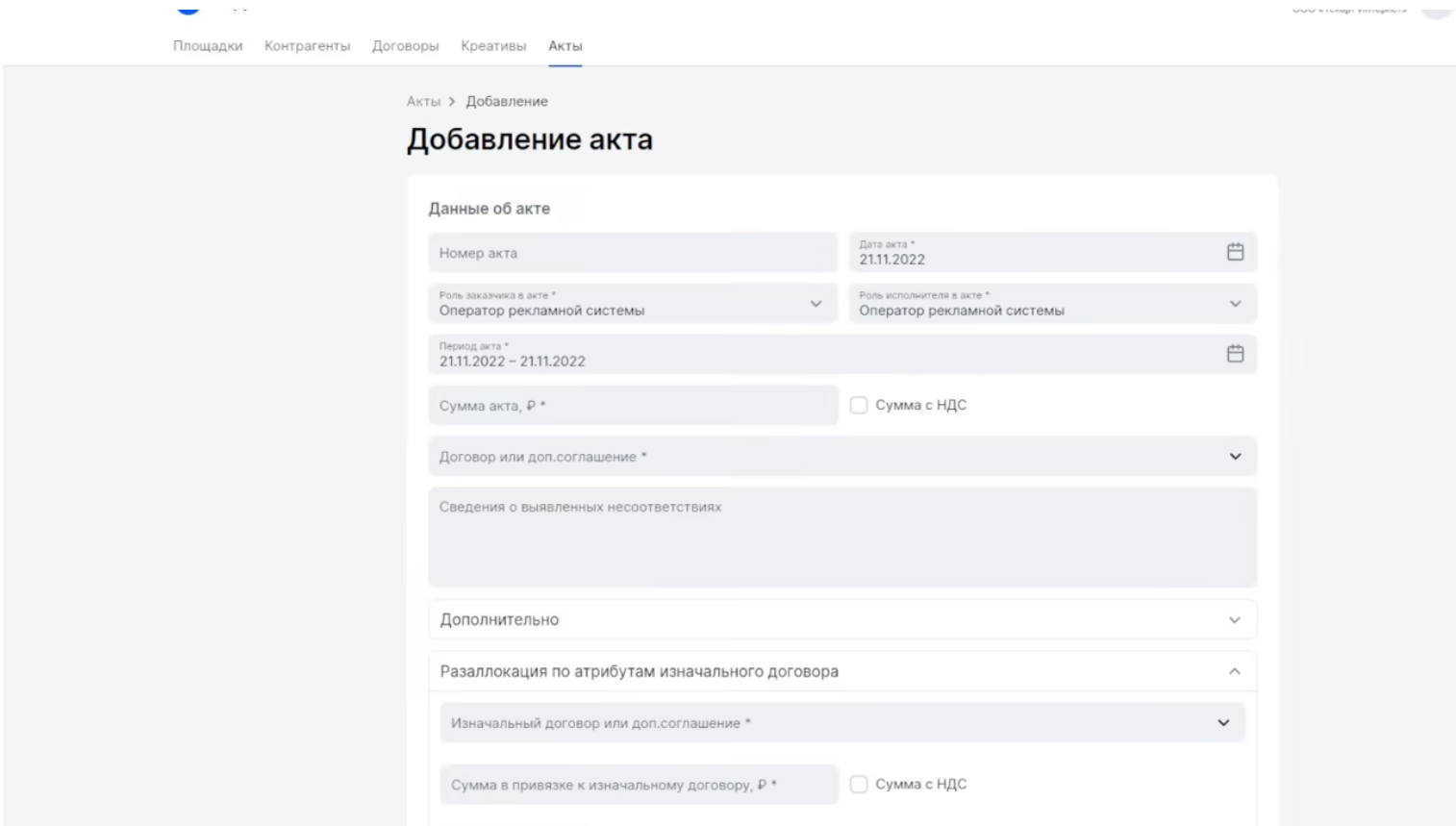
Указывается номер акта, дата начала и окончания кампании, дата выставления акта, роли клиента и подрядчика.



Озон

Для заполнения отчетности в ОРД ОЗОН нужно перейти в раздел «Акты».

Помимо стандартных полей дополнительно нужно выбрать креатив, по которому отчитываемся, выбрать площадку показа и указать количество показов.



Озон

Тарифный план с 1 квартала 2023 года

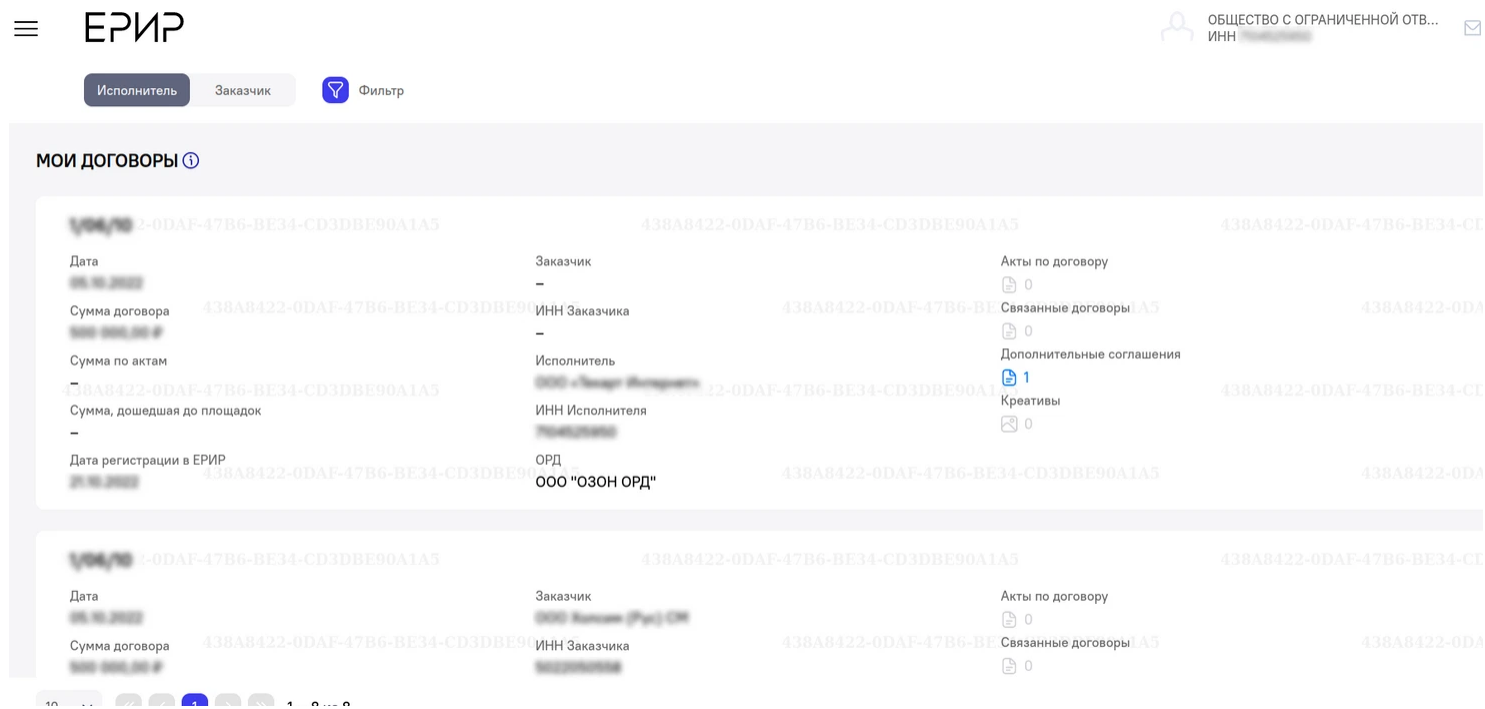
OZON ОРД

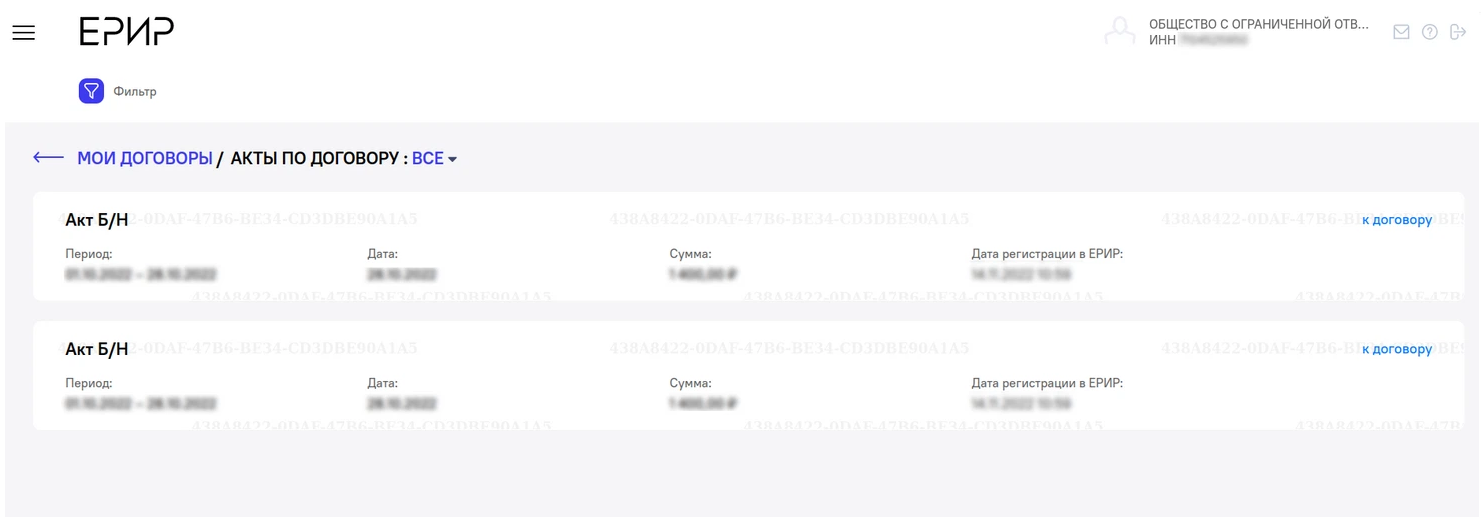
Стоимость за 1 МБ загруженный в ОРД	Стоимость за 1 ед. маркера	Минимальный платеж при использовании кабинета
20 руб.	**40 руб.**	**5000 руб.**

- Введение тарификации услуг планируется с **1 кв. 2023 года (месяц мы уточним позднее)**
- Плата взымается **ежемесячно** и только в том случае, если личный кабинет в **OZON ОРД использовался** клиентом (создавали сущности: контрагент, договор, площадка, креатив, акт)
- **Минимальный платеж** - это та сумма, которая будет начислена получателю услуг ОРД, если его затраты на получение “маркеров” и загруженных данных, в совокупности, не превысили данную стоимость

- Тарифные планы будут закреплены в **оферте OZON ОРД.** О любых изменениях OZON ОРД сообщит **не менее чем за 2 недели** до их вступления в силу.
- В личном кабинет каждый зарегистрированный поставщик данных увидит всю необходимую информацию о тарифах и предоставленных услугах
- Обратите внимание, что услуги оказанные **до момента** начала тарификации, **не подлежат оплате и не будут начислены** нашим клиентам

Отчетность в ЕРИР





Ответственность

Полномочия ФАС России по маркировке рекламы в интернете

- Отнесение информации к рекламе.
- Контроль за наличием пометки «реклама».
- Контроль за наличием информации о рекламодателе.

Полномочия Роскомнадзора при распространении рекламы в интернете

- Установление требований к программному обеспечению, используемому операторами рекламных данных при учете рекламы в интернете.
- Ведение реестра ОРД.
- Контроль за присвоением рекламе в интернете идентификатора рекламы.
- Учет, хранение и обработка информации о рекламе в интернете.
- Контроль за направлением в ЕРИР информации о рекламе в интернете.

Наказание за неисполнение закона

- С момента вступления закона в силу до марта 2023 года РКН не будет штрафовать игроков за отсутствие маркировки на креативах (время для адаптации к новым требованиям).

- По истечении этого срока начислений штрафов за так называемый переходный период не будет.

- Ответственность за невыполнение может наступить только после внесения соответствующих норм в КоАП. Сейчас такое наказание в нормативном акте не указано.

Часто задаваемые вопросы

1. Как отчитываться о рекламе у блогера-физлица, который работает без договора?

Зарегистрировать креатив в ОРД и отчитаться о нем в ЕРИР без привязки к договору невозможно. Так что договор в таком сотрудничестве должен появиться.

2. Как отчитываться о бартерных кампаниях?

В случае с бартером необходимо выставлять акты, например, с одинаковыми суммами для взаимозачета (не равными 0 руб.). В ОРД при этом нужно будет выбрать «Иное» как тип договора.

3. Как быть, если креатив изменился?

В этом случае нужно будет получить новый токен на креатив. Если старая и новая версии креатива показываются одновременно, отчитаться нужно будет по обеим.

4. Как регистрировать онлайн-трансляции, которых не существует до публикации?

Реклама в онлайн-трансляции — это единственный формат, который можно регистрировать постфактум. Трансляцию нужно зарегистрировать сразу после проведения, токен добавить в описание — либо в комментарий, если описание уже нельзя редактировать.

Важно! Загружать в ОРД нужно всю трансляцию, а не только фрагмент с рекламным упоминанием.

5. Как регистрировать карусель, где один текст и до 10 картинок?

Нужно загрузить в ОРД текст и все иллюстрации и получить один токен на всю комбинацию.

6. Как маркировать Stories?

В начале видео поверх изображения рекомендуется размещать текстовый идентификатор в виде параметра erid=XXX.

7. Как маркировать «кружки» в Telegram?

Идентификатор ставится в следующем за «кружком» сообщении или ответом на «кружок», чтобы сохранить связность сообщений. Это обходной путь ввиду ограничений самой платформы мессенджера, но идеальное и автоматизированное решение появится, когда Telegram интегрируется с одним из ОРД.

8. Рекламные статьи без ссылок надо маркировать?

Да.

Techart

Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития

Алескеров Руслан

ведущий специалист
по рекламе

+7 (495) 790-75-91 #131

aleskerov@techart.ru

Мигулина Елена

директор практики
интегрированного маркетинга

+7 (495) 790-75-91 #141

migulina@techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» t.me/techart_ru