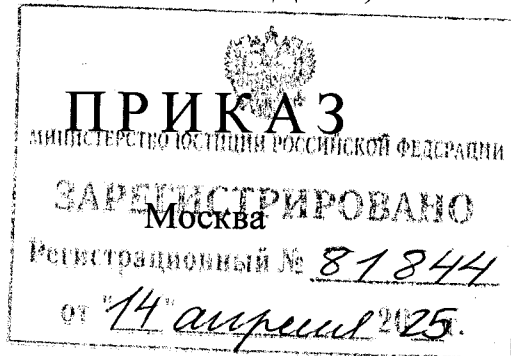




МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



31 марта 2025 г.

№ 78

Об определении состава информации о распространенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламоатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, а также порядка получения доступа к такой информации

В соответствии с частью 14 статьи 18¹ Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», 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, приказываю:

1. Утвердить:

а) состав информации о распространенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламоатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ

«О рекламе» оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, в соответствии с приложением № 1 к настоящему приказу;

б) порядок получения доступа к информации о распространенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодаделец, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, в соответствии с приложением № 2 к настоящему приказу.

2. Признать утратившими силу:

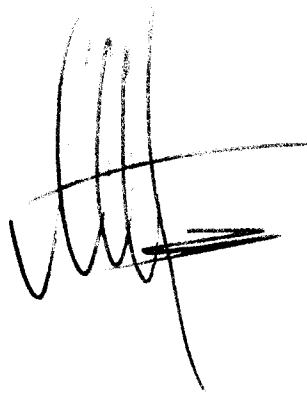
приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 11 апреля 2022 г. № 63 «Об определении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, доступ к которой вправе получить рекламодаделец, 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);

приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 1 декабря 2022 г. № 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» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 декабря 2022 г., регистрационный № 71906);

приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 19 августа 2024 г. № 153

«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» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 15 ноября 2024 г., регистрационный № 80188).

Руководитель

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes followed by a horizontal line and a small flourish.

А.Ю. Липов

Приложение № 1
к приказу Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
от 31 марта 2023 № 78

Состав

информации о распространенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе и (или) социальной 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, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы

1. Рекламодатель вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»¹ рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций² и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) об описании объекта рекламирования или содержании социальной рекламы;

б) о дате начала и дате завершения (при наличии) размещения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет»;

в) об использованных для распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» средствах распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» (в том числе сайт и (или) страница сайта в сети «Интернет», информационная система, программа для электронных вычислительных машин), а также о рекламных системах (при использовании рекламной системы);

г) об объемах и распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых

¹ Далее – сеть «Интернет».

² Далее – уполномоченный орган.

рекламораспространителем, оператором рекламной системы, лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»³, информационных ресурсах;

д) о фактах доступа (переходов) потребителей рекламы и (или) социальной рекламы к информации об объекте рекламирования и (или) содержанию социальной рекламы, или самому объекту рекламирования и (или) социальной рекламы (при наличии)⁴ с использованием таких информационных ресурсов;

е) об объемах показов рекламы и (или) социальной рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и распределении таких показов рекламы и (или) социальной рекламы и фактов доступа (при наличии) между рекламными системами;

ж) о форме распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет», включающей баннеры, текстовый или текстово-графический блок, видеоролики, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире;

з) о параметрах аудитории рекламы и (или) социальной рекламы (в том числе пол, возраст, территория проживания (нахождения), иные социально-демографические параметры дифференциации (при наличии такой информации));

и) об идентификаторах рекламы и (или) социальной рекламы;

к) о договоре (договорах), заключенном (заключенных) между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», и (или) их представителями.

2. Рекламораспространитель и (или) лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенных в сети «Интернет» рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у уполномоченного органа и непосредственно касающейся их прав и обязанностей:

а) об описании объекта рекламирования или содержании социальной рекламы;

³ Далее – Федеральный закон «О рекламе».

⁴ Далее – факт доступа.

б) о дате начала и дате завершения (при наличии) размещения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет»;

в) об использованных для распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» средствах распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» (в том числе сайт и (или) страница сайта в сети «Интернет», информационная система, программа для электронных вычислительных машин) рекламораспространителя;

г) об объемах и распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых рекламораспространителем информационных ресурсах, а также фактов доступа (при наличии) с использованием таких информационных ресурсов;

д) о форме распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет», включающей баннеры, текстовый или текстово-графический блок, видеоролики, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире;

е) о параметрах аудитории рекламы и (или) социальной рекламы (пол, возраст, территория проживания (нахождения), иные социально-демографические параметры дифференциации (при наличии такой информации));

ж) об идентификаторах рекламы и (или) социальной рекламы;

з) о договоре (договорах), заключенном (заключенных) между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», и (или) их представителями.

3. Оператор рекламной системы вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у уполномоченного органа и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) об описании объекта рекламирования или содержании социальной рекламы;

б) о дате начала и дате завершения (при наличии) размещения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет»;

в) об использованных для распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» средствах распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» (в том числе сайт и (или) страница сайта в сети «Интернет», информационная система, программа для электронных вычислительных машин), а также о рекламной системе, использованной при распространении рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет»;

г) об объемах и распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» на используемых оператором рекламной системы информационных ресурсах, принадлежащих третьим лицам, а также фактов доступа (при наличии) с использованием таких информационных ресурсов;

д) об объемах показов рекламы и (или) социальной рекламы и фактов доступа (при наличии) с использованием рекламной системы;

е) о форме распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет», включающей баннеры, текстовый или текстово-графический блок, видеоролики, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире;

ж) о параметрах аудитории рекламы и (или) социальной рекламы (пол, возраст, территория проживания (нахождения), иные социально-демографические параметры дифференциации (при наличии такой информации));

з) об идентификаторах рекламы и (или) социальной рекламы;

и) о договоре (договорах), заключенном (заключенных) между рекламодателем, и (или) рекламораспространителем, и (или) оператором рекламной системы, и (или) лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона о рекламе, и (или) их представителями.

4. Оператор рекламных данных вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенной в сети «Интернет» рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у уполномоченного органа и непосредственно касающейся его прав и обязанностей:

а) о данных рекламодателей, рекламораспространителей, операторов рекламных систем, предоставивших информацию или обеспечивших

предоставление информации о распространенных в сети «Интернет» рекламе через такого оператора рекламных данных:

идентификационный номер налогоплательщика⁵ юридического лица, физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя;

основной государственный регистрационный номер юридического лица⁶ или основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя⁷ – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;

номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного гражданина;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с Общероссийским классификатором стран мира⁸ – для иностранного юридического лица;

б) о сведениях о рекламе и (или) социальной рекламе, направленных уполномоченному органу оператором рекламных данных;

в) о сведениях о распространенных в сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе рекламодателем, предусмотренных пунктом 1 настоящего состава, в случае, если такие сведения запрошены рекламодателем у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных;

г) о сведениях о распространенных в сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе рекламораспространителем и (или) лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона о рекламе, предусмотренных пунктом 2 настоящего состава, в случае, если такие сведения запрошены рекламораспространителем и (или) лицом, указанным в части 3¹³ статьи 10

⁵ Далее – ИНН.

⁶ Далее – ОГРН.

⁷ Далее – ОГРНИП.

⁸ Далее – ОКСТМ. Постановление Госстандарта России от 14 декабря 2001 г. № 529-ст «О принятии и введении в действие Общероссийского классификатора стран мира».

Федерального закона о рекламе, у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных;

д) о сведениях о распространенных в сети «Интернет» рекламе и (или) социальной рекламе оператором рекламной системы, предусмотренных пунктом 3 настоящего состава, в случае, если такие сведения запрошены оператором рекламной системы у взаимодействующего с ним оператора рекламных данных.

5. Оператор социальной рекламы вправе получить доступ к следующей информации в отношении распространенных в сети «Интернет» рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у уполномоченного органа:

а) о данных рекламодателей:

ИНН юридического лица, физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя;

ОГРН или ОГРНИП – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя соответственно;

номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного гражданина;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с ОКСТМ – для иностранного юридического лица;

б) об основном типе рекламной кампании в сети «Интернет»;

в) об использованных для распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» средствах распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» (сайт и (или) страница сайта в сети «Интернет», информационная система, программа для электронных вычислительных машин) рекламодателя;

г) об объемах и распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» на администрируемых и (или) используемых

рекламораспространителем и (или) лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона о рекламе, информационных ресурсах, доступ к которым в течение суток составляет более двухсот тысяч пользователей сети «Интернет», находящихся на территории Российской Федерации, их стоимости, а также фактов доступа (при наличии) с использованием таких информационных ресурсов;

д) о форме распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет», включающей баннеры, текстовый или текстово-графический блок, видеоролики, аудиозаписи, аудио- и (или) видеотрансляции в прямом эфире.

6. Рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламной системы, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона о рекламе, вправе получить доступ к следующей информации об идентификаторе рекламы и (или) социальной рекламы в отношении распространенных в сети «Интернет» рекламы и (или) социальной рекламы, имеющейся у уполномоченного органа:

а) полное и сокращенное (при наличии) наименование юридического лица или фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя, являющихся рекламодателями;

б) ИНН рекламодателя;

в) полное и сокращенное (при наличии) наименование юридического лица или фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя, являющихся операторами рекламных данных и присвоивших идентификатор рекламы и (или) социальной рекламы;

г) дата присвоения идентификатора рекламы и (или) социальной рекламы и текстового описания объекта рекламирования.

Приложение № 2
к приказу Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
от 31 мая 2022 г. № 78

П О Р Я Д О К
получения доступа к информации о распространенных
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе и (или)
социальной 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, лица, указанные в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона
«О рекламе», оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы

1. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций должна обеспечить получение рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламных систем, лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»¹, оператором рекламных данных, оператором социальной рекламы доступа к имеющейся у нее информации о рекламе и (или) социальной рекламе, в том числе к информации об идентификаторе рекламы и (или) социальной рекламы, содержащейся в информационной системе радиочастотной службы, обеспечивающей осуществление организационных и технических мер, необходимых для реализации Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций полномочий по учету, хранению и обработке информации о рекламе в соответствии с частью 2 статьи 18.1 Федерального закона «О рекламе»².

¹ Далее – Федеральный закон «О рекламе».

² Далее соответственно – запрашиваемая информация, информационная система. Часть 9 статьи 18¹ Федерального закона «О рекламе», подпункты «я», «я(3)» пункта 5 Положения о радиочастотной службе, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 14 мая 2014 г. № 434, пункт 3 Правил взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами 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 (в соответствии с пунктом 2 постановления Правительства

2. Получение доступа лицами, указанными в пункте 1 настоящего порядка, к запрашиваемой информации осуществляется в автоматическом режиме по направляемым с использованием информационного сервиса информационной системы, размещенного на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»³, запросам таких лиц, имеющих подтвержденную учетную запись в федеральной государственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»⁴.

3. Запрос должен содержать:

а) сведения о лице, направляющем запрос:

идентификационный номер налогоплательщика⁵ юридического лица, физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя;

основной государственный регистрационный номер юридического лица⁶ или основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя⁷ – для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;

номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа – для иностранного гражданина;

полное и сокращенное (при наличии) наименование, регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации – для иностранного юридического лица;

код страны регистрации юридического лица в соответствии с Общероссийским классификатором стран мира – для иностранного юридического лица;

б) период времени, за который запрашивается информация;

Российской Федерации от 28 мая 2022 г. № 974 данный акт действует до 1 сентября 2028 г.).

³ Далее соответственно – запрос, информационный сервис, сеть «Интернет».

⁴ Положение о федеральной государственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)», утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 24 октября 2011 г. № 861.

⁵ Далее – ИНН.

⁶ Далее – ОГРН.

⁷ Далее – ОГРНИП.

в) идентификаторы рекламы и (или) социальной рекламы либо сведения, позволяющие идентифицировать рекламу и (или) социальную рекламу в сети «Интернет», необходимые для предоставления информации о рекламе и (или) социальной рекламе, или указание, что запрашиваются все сведения, касающиеся рекламодателя, рекламораспространителя, оператора рекламных систем, лиц, указанных в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», оператора рекламных данных, оператора социальной рекламы.

4. Получение доступа к запрашиваемой информации должно осуществляться посредством размещения запрашиваемой информации в информационном сервисе в течение суток с даты размещения запроса в информационном сервисе.

5. Оператор рекламных данных вправе получить доступ к запрашиваемой информации в отношении информации о рекламе и (или) социальной рекламе, распространенных в сети «Интернет», предоставленной или предоставление которой обеспечено рекламодателем, рекламораспространителем, оператором рекламной системы, или лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», которые ранее предоставляли или обеспечивали предоставление информации о рекламе и (или) социальной рекламе, распространенных в сети «Интернет», через такого оператора рекламных данных в информационную систему.

6. Оператор социальной рекламы вправе получить доступ к запрашиваемой информации в отношении рекламораспространителей и (или) лиц, указанных в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», идентифицированных оператором социальной рекламы по ИНН, ОГРН и (или) ОГРНИП.

7. Получение доступа к запрашиваемой информации осуществляется рекламодателями, рекламораспространителями, операторами рекламных систем, лицами, указанными в части 3¹³ статьи 10 Федерального закона «О рекламе», операторами рекламных данных, операторами социальной рекламы безвозмездно.
