

МАРКИРОВКА ИНТЕРНЕТ- РЕКЛАМЫ. ЧТО ДЕЛАТЬ БИБЛИОТЕКАМ В УСЛОВИЯХ НОВОГО ФЗ «О РЕКЛАМЕ»

Наташа Денисова

ведущий юрисконсульт
юридического отдела



ПРЕЗЕНТАЦИЯ КНИГ И АВТОГРАФ-СЕССИЯ НАТАЛЬИ СОЛОВЬЕВОЙ

Поделиться

erid: LjN8K519C

26 марта в 19:00 в Доме книги пройдет презентация книг «Однажды ты узнаешь» и «На берегу Тьмы» и автограф-сессия Натальи Соловьевой.

Наталья Соловьева – родилась и выросла в Беларуси, получила образование в Париже, в 2003 году переехала в Москву. Работала в международных компаниях в сфере маркетинга и рекламы. Окончила курсы сценарного и литературного мастерства. Член Большого жюри премии «Национальный бестселлер».

Ее книги «Однажды ты узнаешь» и «На берегу Тьмы» поражают своей глубиной и эмоциональной откровенностью, погружая читателя в волшебный мир слов.

«Однажды ты узнаешь» – история о том, какую большую роль в становлении личности играет семья и как сильно могут повлиять поступки предков на судьбу потомков. Наталья Соловьева искусно сплела жизни нескольких поколений, соединив в одном романе события современности и далекого 1941 года. Отдельного упоминания заслуживает степень исторической достоверности. Автор не упустила ни одного интересного исторического факта...

Arzamas

Песочный человек, который управляет снами. Рассказываем о том, как сказки Андерсена и фольклор повлияли на появление персонажа комиксов.

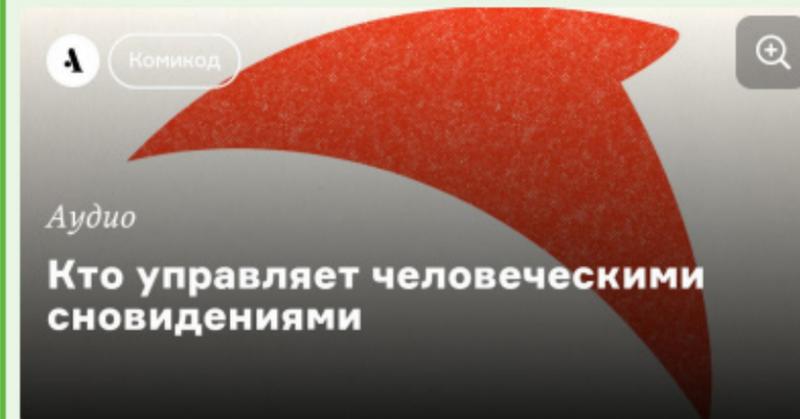
В новом выпуске подкаста «Комикод» фольклорист Эста Матвеева рассказывает об эволюции представлений о том, что может скрываться за «песочком», который мы иногда находим утром в уголках глаз. [Слушайте бесплатно у нас на сайте и в «Радио Arzamas»!](#)

Подкаст создан при поддержке сервиса «[Строки](#)». Реклама ПАО «МТС», erid: Kra23xcBc

Arzamas

Песочный человек

Как родился образ существа, которое управляет человеческими сновидениями, и насколько по-разному его осмыслили Эрнст Гофман, Ханс Кристиан Андерсен и Нил Ге...



63 likes, 23 thumbs up, 6 hearts, 1 dislike

10.7K views, 19:00 duration

Контекст

- Интернет-реклама – особый инструмент, который требует особого регулирования

Интернет-реклама – большое поле для злоупотреблений. Государство намерено добиться прозрачности в процессе производства и размещения рекламы отдельных категорий товаров и возможности быстро реагировать на неправомерную рекламу.

- Способ регулирования интернет-рекламы

Ещё в сентябре 2022 года были внесены изменения в ФЗ «О рекламе». Законодатель ввёл маркировку рекламы в интернете, т. е. присвоение рекламным креативам идентификатора (токена), в котором содержится информация о продвижении товаров и услуг.

Контекст

□ При чём здесь библиотеки?

Изменения в законе коснулись всех участников, от рекламодателей до рекламораспространителей в интернете.

Библиотеки не являются активными участниками распространения рекламы. Однако у библиотек могут возникнуть ситуации, когда информация, которую они публикуют, будет являться рекламой.

План

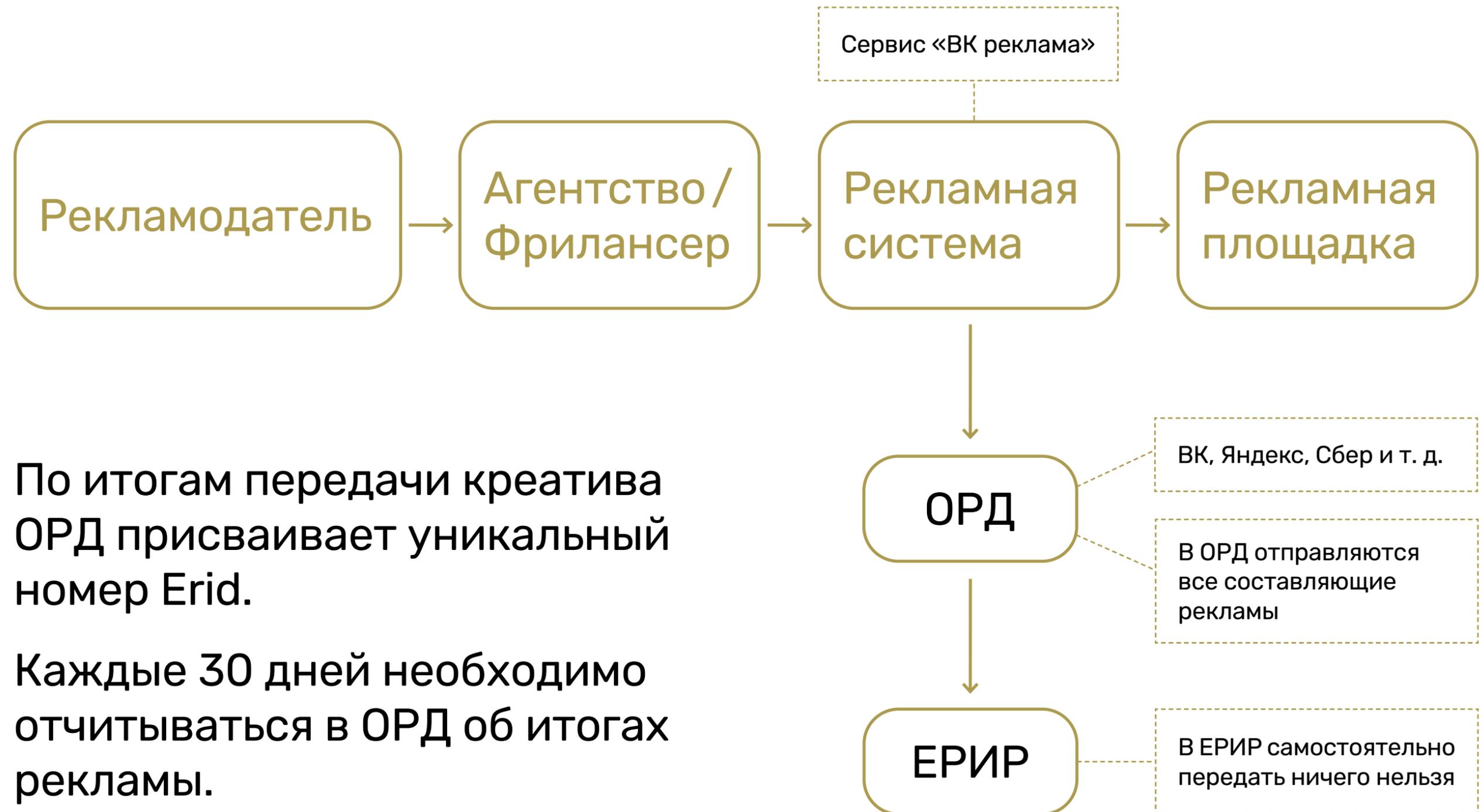
Мы обсудим:

- что такое маркировка и как устроен процесс регистрации рекламных токенов
- что есть реклама, а что – просто информация

Мы сделаем:

- чек-лист для маркировки рекламы

Токены, ОРД, ЕРИР и Erid



По итогам передачи креатива ОРД присваивает уникальный номер Erid.

Каждые 30 дней необходимо отчитываться в ОРД об итогах рекламы.

Что необходимо маркировать

2 основных критерия, согласно которым информация будет считаться рекламой:

- она адресована неопределённому кругу лиц
- она направлена на привлечение внимания к объекту, создаёт интерес к нему и продвигает его на рынке

Дополнительные критерии:

- размещённая информация выделяет конкретный товар/услугу и направлена на формирование интереса к ним
- слишком подробная, эмоционально окрашенная информация об отдельном товаре/услуге, призывы к действию, адреса торговых точек и способы приобретения

«Это реклама или нет» – в каждом отдельном случае решает Федеральная антимонопольная служба.

Что не надо маркировать:

- рекламу в email-рассылках, смс и push-уведомлениях, отправленных собственной базе клиентов и продвигающих ваш собственный товар
- рекламу, которую до этого «крутили» по телевизору или на радио, а после выложили в интернет без изменений
- социальную рекламу
- рекламные сообщения до 1 сентября 2022 года
- пресс-релизы
- **материал, цель которого – информирование**

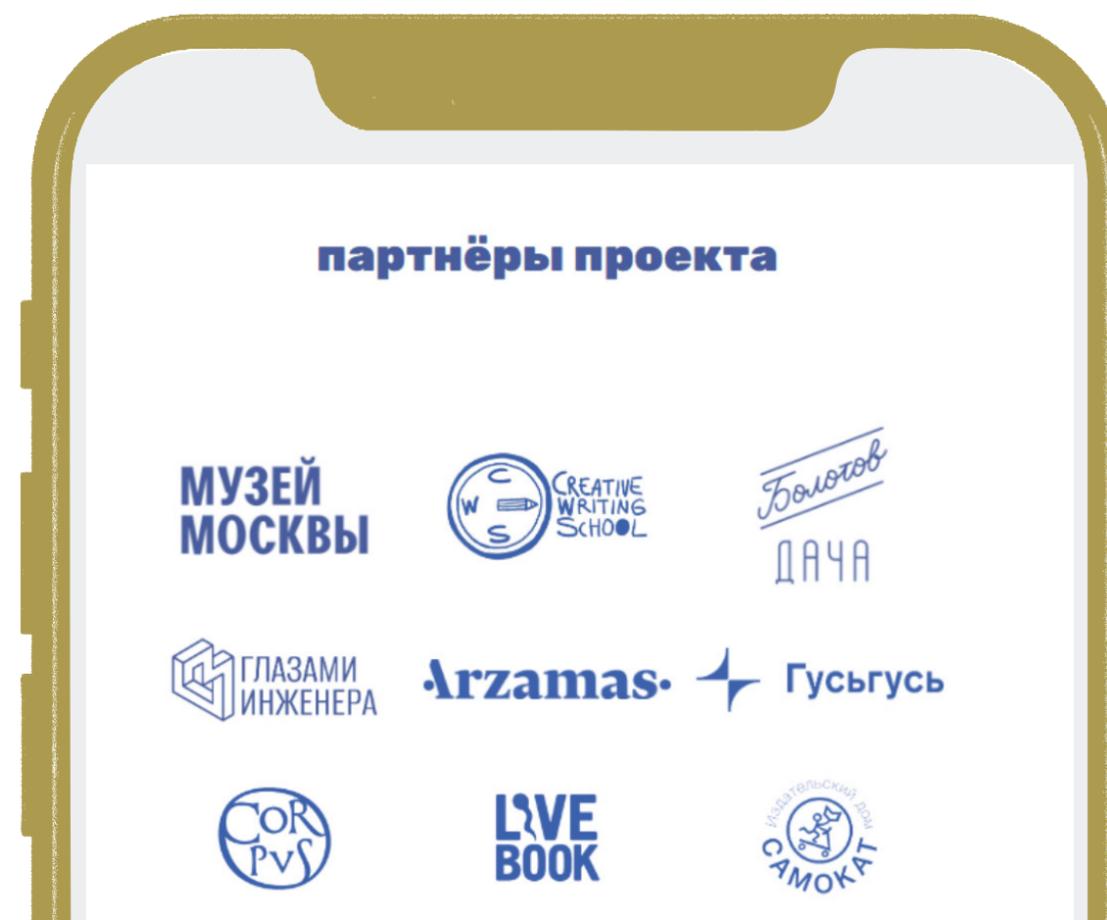
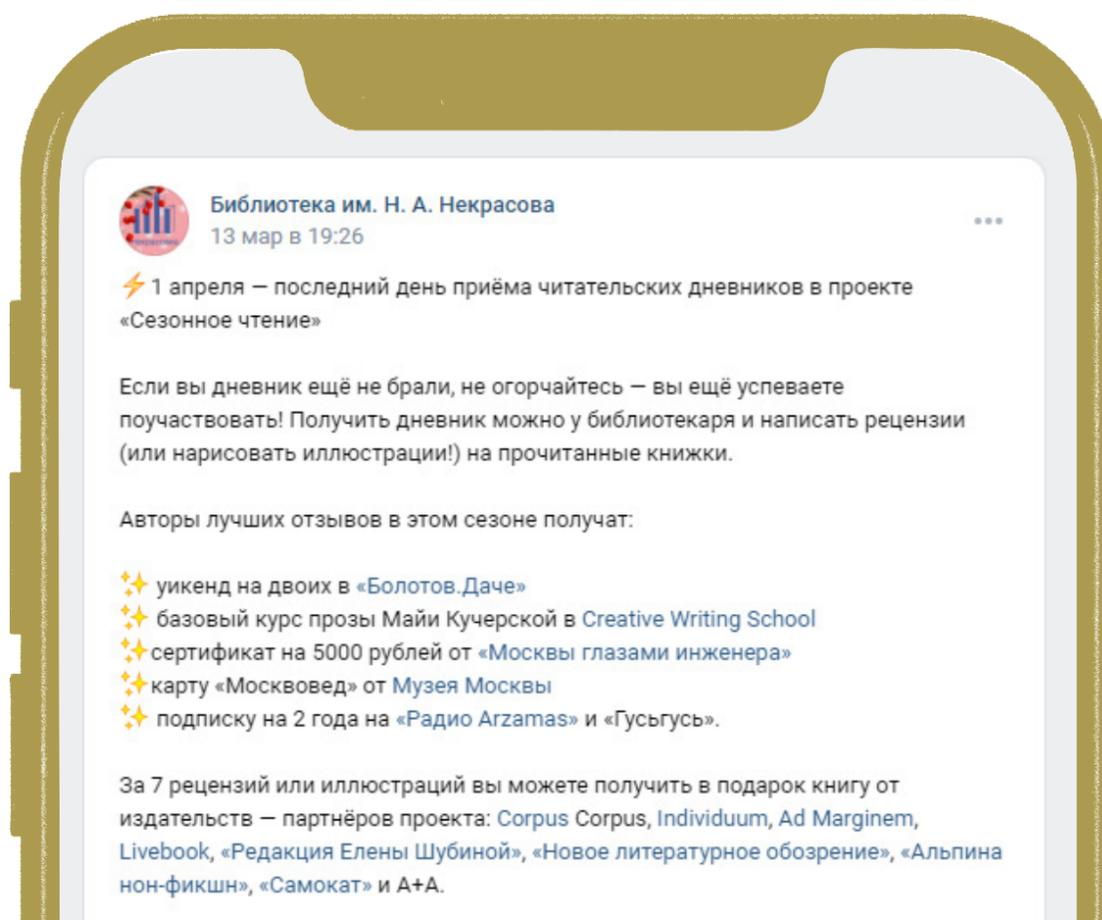
Информационные материалы

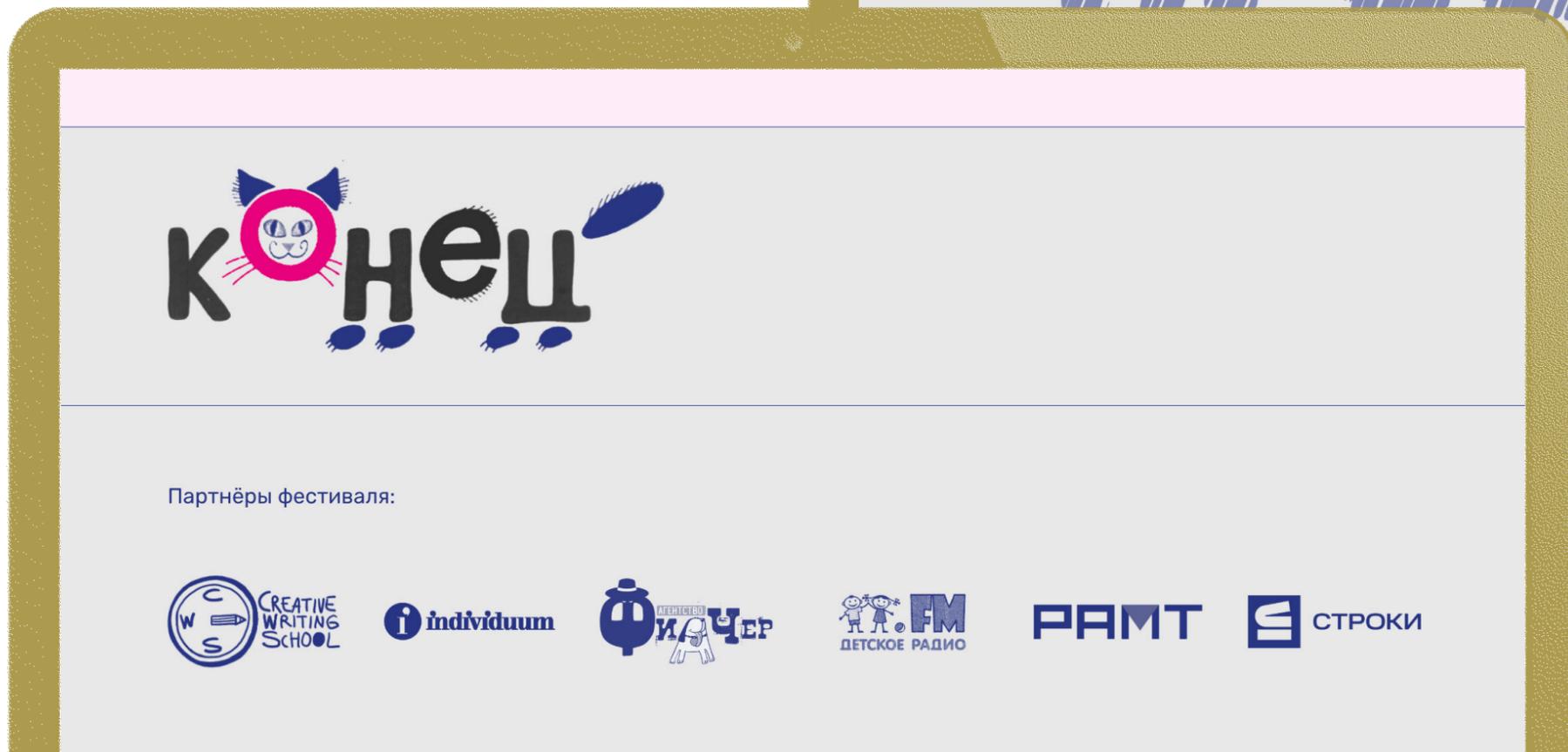
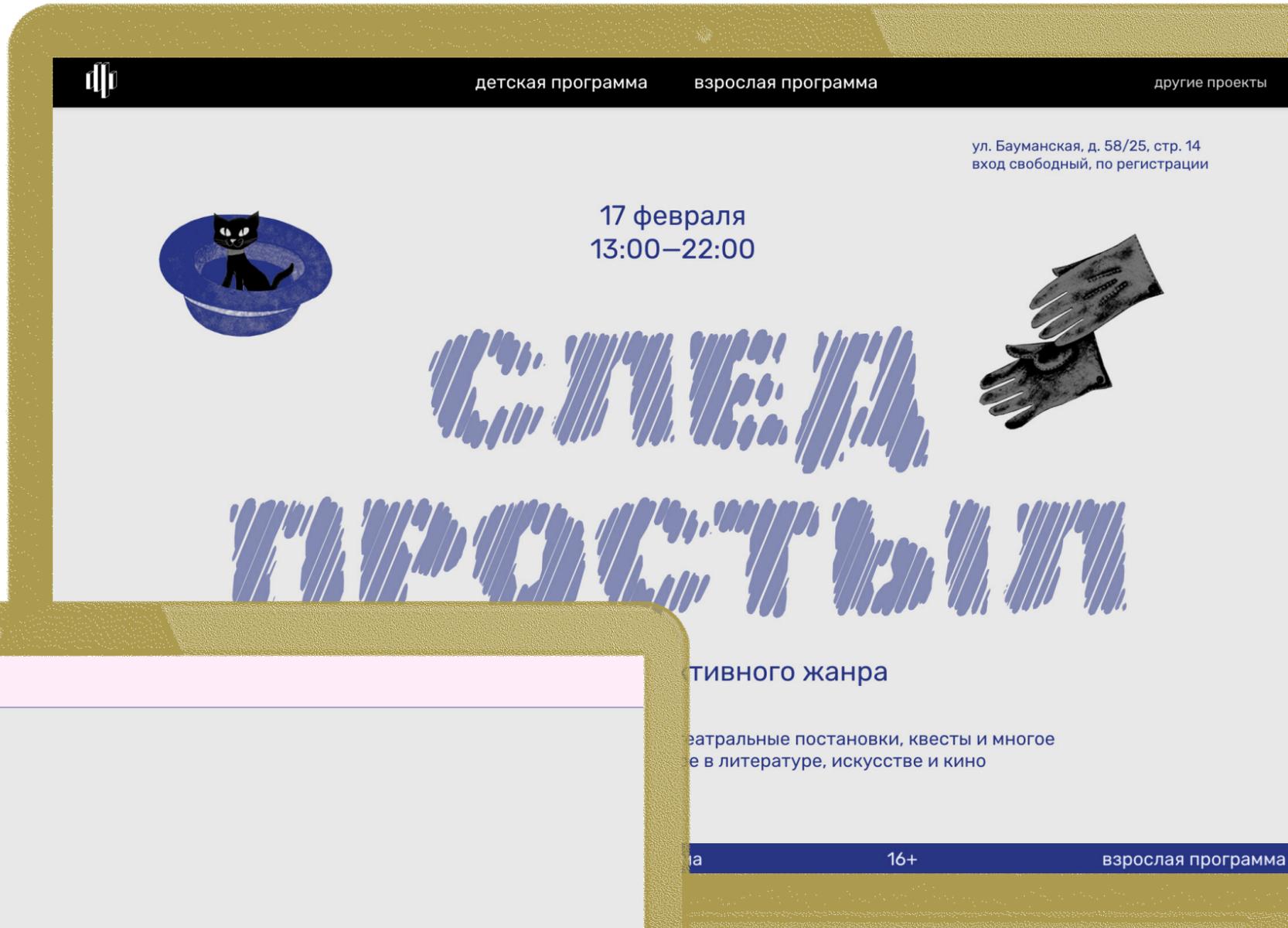
1. Информация на сайте о программе, мероприятиях, событиях, режиме работы, афише и т. д.



Информационные материалы

2. Информация о партнёрах проектов, мероприятий, событий. Главное, чтобы информация не выделялась ни форматом, ни местом, ни стилем размещения. Наличие активных ссылок на сайты партнёров не имеет значения, если они единообразны и есть у всех.





...тивного жанра
...еатральные постановки, квесты и многое
...е в литературе, искусстве и кино
...а 16+ ...взрослая программа

Информационные материалы

3. Не считается рекламой информация, размещённая в рамках раздела или рубрики новостного или тематического сообщества.

The screenshot displays the Kuda Moscow website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Реклама на сайте' and 'Бесплатные события', and a search bar with the text 'Найти в Москве'. The main header features the Kuda Moscow logo, a tagline 'Помощник и путеводитель по интересным местам и лучшим событиям', and a search filter for '14 Мая' with a 'НАЙТИ СОБЫТИЯ' button. Below the header is a grid of category icons: Выставки, Фестивали, С детьми, Активный отдых, Музыка, Шоу, Праздники, Стендап, Образование, Музеи, Парки, Погулять, Туристу, Театры, Пространства, Клубы, Прочее, and Рестораны. The main content area shows a breadcrumb trail: 'Афиша Москвы — Куда сходить в Москве → События → Фестивали → Фестиваль «След простыл» 2024'. The event title is 'Фестиваль «След простыл» 2024'. A short description states: '17 февраля 2024 года в библиотеке им. Н. А. Некрасова пройдёт фестиваль «След простыл», посвящённый детективам — в литературе, искусстве, кино и других сферах культуры и жизни.' Below the text is a photo of a woman in a library. On the right, a sidebar titled 'Информация о событии' provides details: 'Когда проходит: 17 февраля 2024 г.' and 'Место проведения: Центральная библиотека имени Н.А. Некрасова, Москва, ул. Бауманская, д. 58/25, стр. 14'.



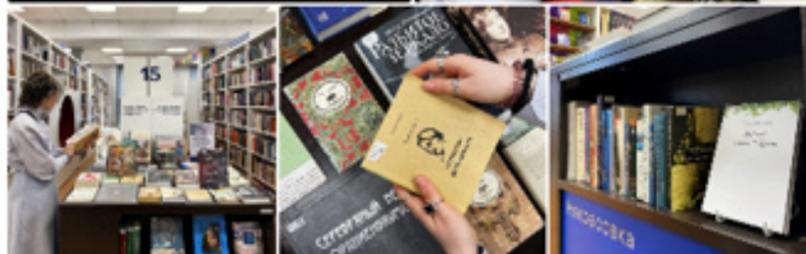
Библиотека им. Н. А. Некрасова
28 фев в 15:02

Обновили книжные подборки в главном здании библиотеки — а ещё они теперь живут и онлайн ✨

На первом выставочном кубе вы найдёте книги о Серебряном веке, а на втором — рекомендации к чтению от нашего библиотекаря Аполлинии Острожковой.

В файликах ниже вы можете посмотреть и заказать понравившуюся книгу из подборок.

Приятного чтения 📖



Библиотека им. Н. А. Некрасова
25 апр 2022

Распаковываем новые поступления — на это раз к нам приехало много комиксов от «Бумкниги», «Фабрики комиксов», «Комильфо», XL Media, Bubble и других крупных и совсем небольших издательств. Среди них есть как вселенные Marvel и DC, так и авторские графические романы, манги и комиксы для детей про индейцев, добрых монстров и любимых муми-троллей.

[Показать ещё](#)



👍 23

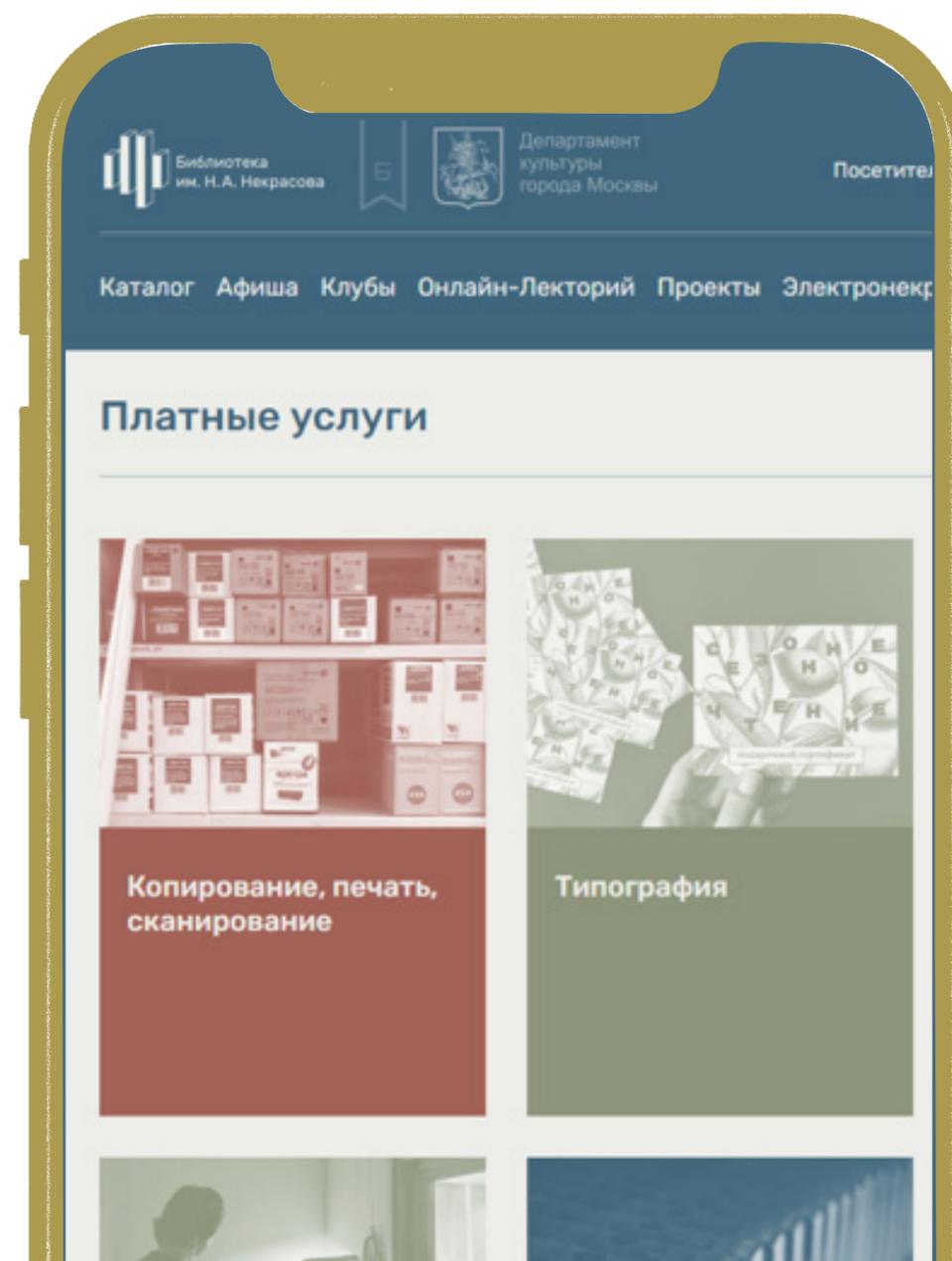


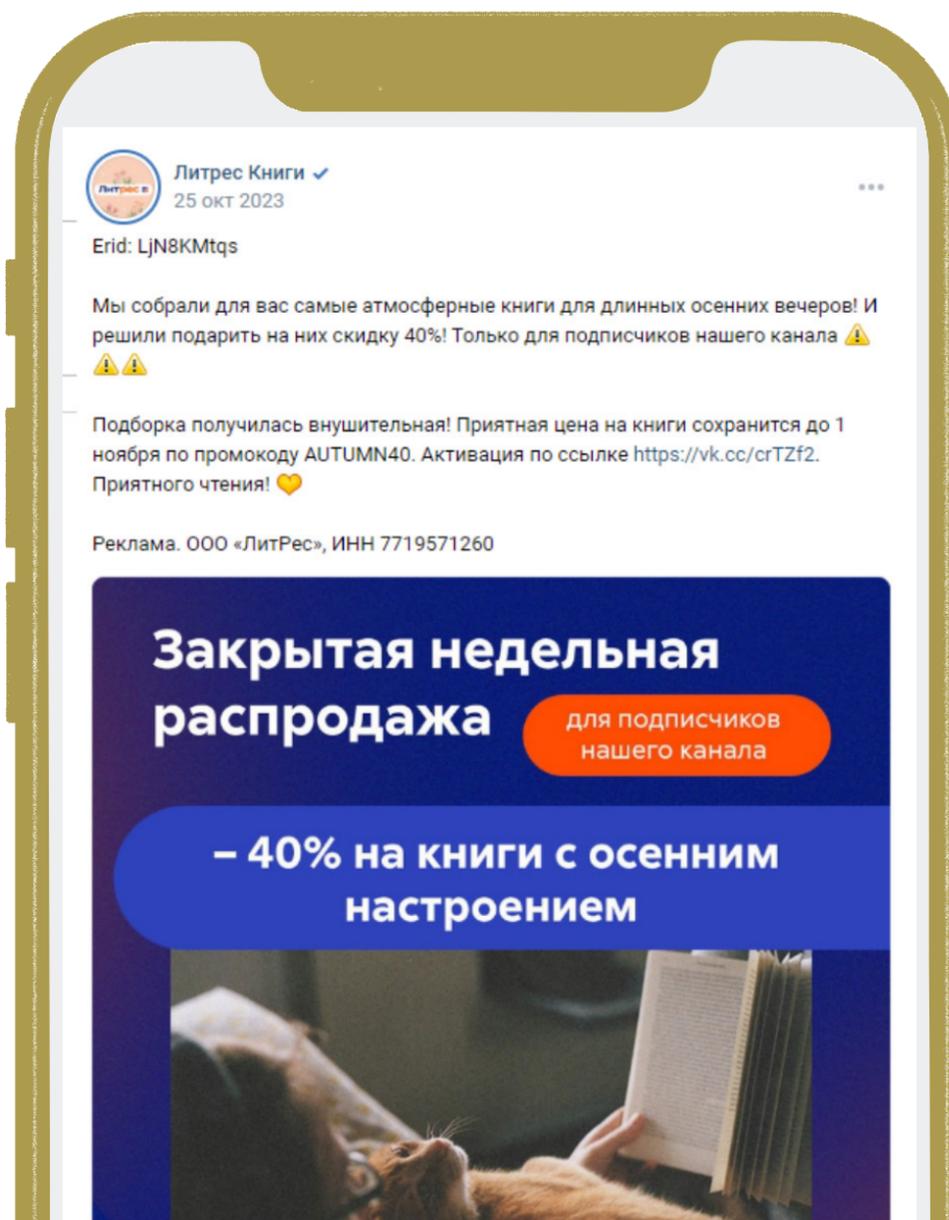
👉 1

👁 2

Самореклама

Информация о товарах или услугах на своём сайте и в группах в соцсетях – это не реклама, если она подаётся единообразно и не выделяет какие-то товары: с помощью цвета, баннера, спецпредложения с призывом купить, закрепления поста/ сторис и т. д.





Дополнительно

1. Не считаются рекламой органичные интеграции (например, библиотека рассказывает об издательствах, представленных в каталоге).
2. Считаются рекламой розыгрыши/конкурсы, если в тексте содержится описание достоинств товара, указанного в качестве приза.
«Подпишись и выиграй книжку» – не реклама.
3. Согласно официальному письму Роскомнадзора, выпущенному в ноябре 2023 года, маркировать рекламные размещения в соцсетях, заблокированных на территории РФ, нужно на общих основаниях.
4. Можно и нужно обращаться в ФАС для разъяснений, пользоваться её материалами.

Сайт ФАС России:



Выводы и чек-лист

- Проведите аудит в социальных сетях библиотеки и определите, что является рекламой, а что нет.
- Заключите договор с рекламным агентством, которое возьмёт на себя все вопросы маркировки рекламы.

или

- Выберите одного или нескольких ОРД и заключите с ними договоры.
- Убедитесь, что на выпускаемых материалах есть маркировка «реклама», сведения о рекламодателе и идентификатор ОРД.
- Отслеживайте, что фактически размещаемая реклама и информация о ней соответствуют сведениям, предоставляемым в ОРД.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Наташа Денисова

ведущий юрисконсульт
юридического отдела

n.denisova@nekrasovka.ru

pro.nekrasovka.ru