

Мануал по работе с законом о маркировке рекламы



арир

АКАР



Оглавление

01 – как взаимодействовать с ОРД?

02 – что делать с 1 сентября?

03 – словарь



арир

АКАР

ПАМУ

Как

взаимодействовать с ОРД?



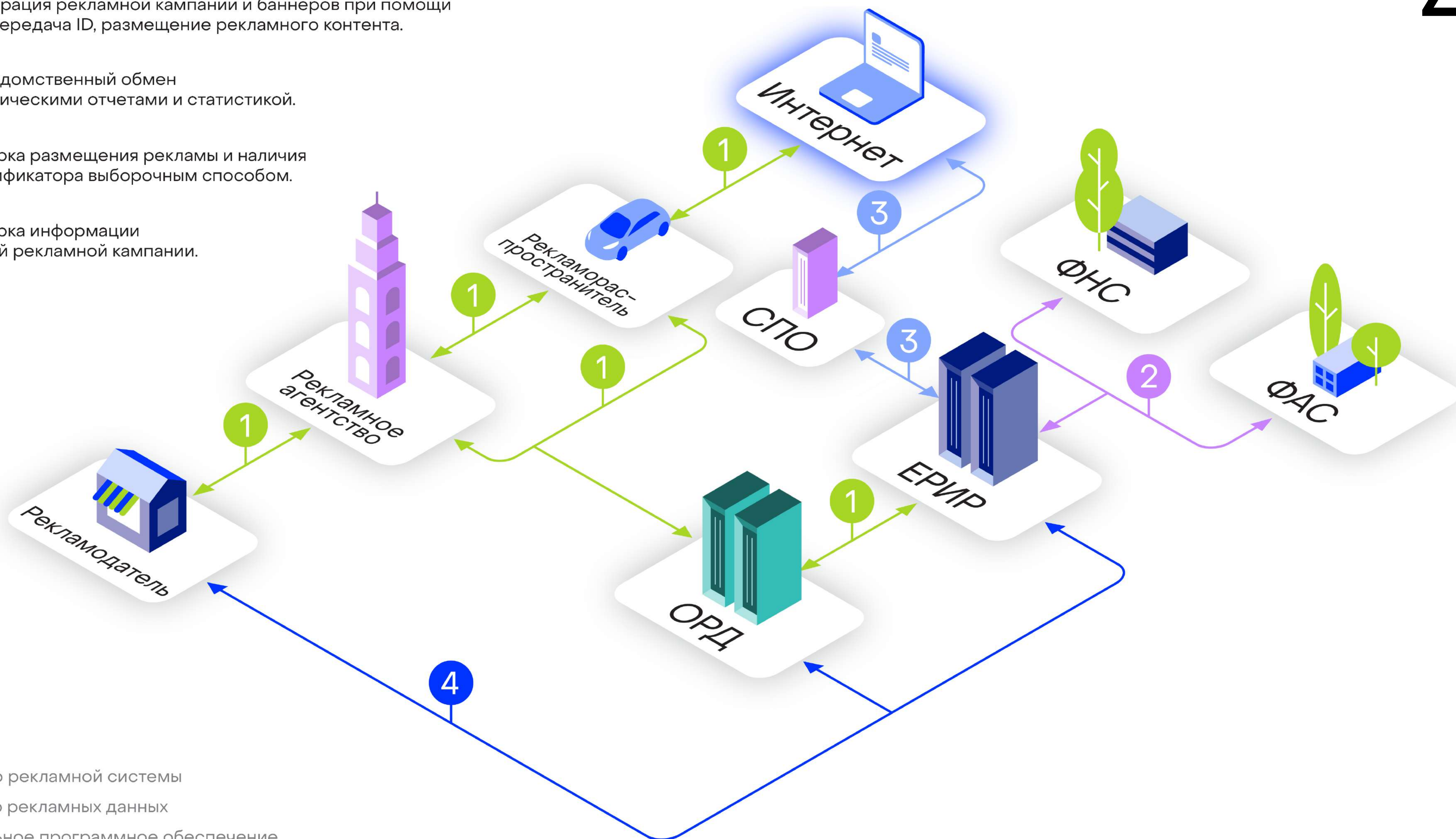
арир

АКАР



01

- 1 Регистрация рекламной кампании и баннеров при помощи ОРД, передача ID, размещение рекламного контента.
- 2 Межведомственный обмен аналитическими отчетами и статистикой.
- 3 Проверка размещения рекламы и наличия идентификатора выборочным способом.
- 4 Проверка информации о своей рекламной кампании.



ОРС – оператор рекламной системы

ОРД – оператор рекламных данных

СПО – специальное программное обеспечение

Схема взаимодействия с ОРД на примере ОРД Медиа скаут (МТС):

1

Для заключения договора оферты заполните анкету на сайте ОРД и проведите идентификационный платеж.

2

В течение 5 дней на указанную при регистрации электронную почту придут данные с логином и паролем для личного кабинета.

3

Процессы передачи данных в ОРД и отчета по проведенным рекламным кампаниям описаны в 3-5 этапах следующего раздела

Контакты ОРД

Яндекс
ya-ord-ask@yandex-team.ru

Первый ОРД (“Вымпелком”)
ceo@1ord.ru;

VK
support_target@corp.my.com

ОРД-А (Амбердата)
support@ord-a.ru

ОЗОН-ОРД
info@ord.ozon.ru;

ОРД Лаборатория разработки (СБЕР)
info@ord-lab.ru.

Медиаскаут (МТС)
vladislav.shilov@mts.ru;

Что делать с 1 сентября?



арир

АКАР



02

1 этап

1

Выберите оператора рекламных данных (ОРД) и заключите договор

2

Договоритесь с подрядчиком, кто из вас будет взаимодействовать с ОРД

3

Договоритесь с клиентом, будет ли клиент переключать на вас обязанность по передаче данных

[Список ОРД](#)

На время переходного периода рекомендуем:

- выбрать несколько ОРД, чтобы определиться с кем вам будет удобнее работать с 2023 года.
- заключить договоры с ОРД всем звеньям цепочки размещения рекламы. Это позволит не тормозить рекламную кампанию, если у уполномоченного на получение токена участника цепочки возникнут, например, технические проблемы с получением идентификатора рекламы.

Если вы рекламодатель, попадаете в исключения из [Постановления Правительства РФ от 25 мая 2022 г. N 948](#) и заключили договор с рекламным агентством (другим звеном цепочки размещения), одним из условий которого является передача обязанности по предоставлению сведений или по обеспечению предоставления сведений в ОРД за вас, то заключения договора с ОРД от вас не требуется, ведь этим заниматься будет агентство (другое звено цепочки размещения).

2 этап

Подрядчики/клиенты:

1. Подпишите **дополнительное соглашение** к существующим договорам, а также внесите дополнение в формы договоров.
2. Изменения должны отражать **согласованную схему** вашей работы с партнерами в новой реальности.
3. Важно понимать, что в зависимости от отношений Клиент – Рекламное агентство, Клиент – Блогер, Рекламное агентство – Блогер **условия дополнительных соглашений будут отличаться.**

Внутри:

1. Дополните трудовой договор/должностную инструкцию сотрудника обязанностями, которые связаны с исполнением **ст. 18.1 ФЗ О рекламе.**
2. Объем обязанностей зависит от того, кто вы в цепочке и что вам нужно делать. Обратите внимание, что возможно, вам придется соблюдать условие об уведомлении сотрудника об изменении трудовой функции **за 2 месяца.**
3. **Нужно/нет** – зависит от того, что предусмотрено в его трудовом договоре/должностной инструкции.

3 этап

До публикации рекламы уполномоченный подрядчик:

1

Подает в ОРД данные, предусмотренные законодательством (см. распоряжение Правительства РФ от 30 мая 2022 г. № 1362-р).

2

Регистрирует креатив и получает идентификатор рекламы (обращаем внимание, что вы все равно сможете самостоятельно зарегистрировать идентификатор рекламы, если будет такая необходимость даже если передали эту обязанность другому лицу).

3

Включает в креатив идентификатор рекламы (в части этой обязанности рекомендуем еще до публикации договориться, кому физически легче это делать: рекламодателю (включая блогеров), рекламному агентству и т.д. Это может зависеть от того, кто создает креатив: сам рекламодатель/рекламное агентство/блогер).

4

Включает в креатив пометку «реклама», а также указание на рекламодателя или сайт с информацией о нем (в части этой обязанности рекомендуем еще до публикации договориться, кому физически легче это делать: рекламодателю (включая блогеров), рекламному агентству и т.д. Это может зависеть от того, кто создает креатив: сам рекламодатель/рекламное агентство/блогер).

Пример пометки:

#реклама

Продавец (рекламодатель) ООО «Алькор и Ко», ОГРН 1027739498324, 119261, город Москва, Ленинский проспект, д.72/2.

Количество и ассортимент товаров, участвующих в акции, ограничены, см. <https://www.letu.ru/cc>

Pb3XmBtzt1r8PBKM4dsrmzqYvj2i4NpxY5uJr9C – вот эта часть это токен, полученный в ОРД.

4 этап

Публикация креатива в сети Интернет.

3 этап

Через 30 дней* после отчетного месяца уполномоченный подрядчик:

Передать отчет с разаллокацией трат по всей цепочке, включая данные о договорах и актах.

Передать статистику о показах с детализацией до площадок и креативов.

* Обратите внимание, что срок может измениться. См.

<http://regulation.gov.ru/p/130611>

СЛОВАРЬ

аба
Академия наук и искусств

арир

АКАР

**!i.i:!!i:
РАМУ
!i:i:!!i:**

03

спасибо
за внимание!



арир

АКАР

