Статья 18.1. Реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. В целях обеспечения прослеживаемости рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, осуществляет учет, хранение и обработку информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, в том числе сведений о рекламодателях и рекламораспространителях такой рекламы, операторах рекламных систем. Состав информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, определяется Правительством Российской Федерации.

2. Организационные и технические меры, необходимые для реализации федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, полномочий по учету, хранению и обработке информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, осуществляет радиочастотная служба, деятельность которой осуществляется в соответствии со статьей 22.1 Федерального закона от 7 июля 2003 года N 126-ФЗ "О связи".

3. Рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем, разместившие в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в соответствии с частью 5 настоящей статьи.

4. Обязанность, предусмотренная частью 3 настоящей статьи, не распространяется на оператора социальной рекламы.

5. Лица, указанные в части 3 настоящей статьи, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи через владельцев программ для электронных вычислительных машин, предназначенных для установления факта распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", уполномоченных указанным федеральным органом исполнительной власти осуществлять учет рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и предоставлять информацию в такой федеральный орган исполнительной власти (далее - оператор рекламных данных).

6. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, устанавливает требования к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и предоставления информации в указанный федеральный орган исполнительной власти.

7. Для отбора оператора рекламных данных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, создается комиссия. Порядок создания и деятельности данной комиссии, ее состав, а также условия отбора оператора рекламных данных устанавливаются Правительством Российской Федерации. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, ведет реестр операторов рекламных данных в порядке, определенном указанным федеральным органом исполнительной власти.

8. Оператор рекламных данных обязан передать в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, информацию, которую лица, указанные в части 3 настоящей статьи, предоставили оператору рекламных данных в соответствии с частью 5 настоящей статьи.

9. Порядок взаимодействия федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, с операторами рекламных данных, включая порядок, формат и сроки предоставления в указанный федеральный орган исполнительной власти информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе (в том числе сроки, в течение которых лица, указанные в части 3 настоящей статьи, обязаны предоставлять или обеспечивать предоставление такой информации в указанный федеральный орган исполнительной власти

через оператора рекламных данных), устанавливается Правительством Российском Федерации.

10. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, посредством обработки и анализа информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, предоставленной в указанный федеральный орган исполнительной власти в соответствии с частью 5 настоящей статьи, осуществляет сверку такой информации, направленной операторами рекламных данных.

11. Операторы рекламных данных и лица, указанные в части 3 настоящей статьи, несут ответственность за полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления информации в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

12. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, при необходимости осуществляет взаимодействие с антимонопольным органом по вопросам отнесения к рекламе информации, распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

13. Информация о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, предоставленная в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в соответствии с частью 5 настоящей статьи, подлежит хранению указанным федеральным органом исполнительной власти не менее пяти лет со дня ее получения указанным федеральным органом исполнительной власти.

14. Рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы вправе получить доступ к имеющейся у федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, непосредственно касающейся их прав и обязанностей информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе в составе и порядке, которые определяются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

15. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, предоставляет доступ к имеющейся у него информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе антимонопольному

органу, федеральному органу исполнительной власти, уполномоченному по контролю и надзору в области налогов и сборов, иным органам и лицам, определенным Правительством Российской Федерации, если иное не предусмотрено частью 14 настоящей статьи.

16. Реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

17. Распространение рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" допускается при условии присвоения оператором рекламных данных соответствующей рекламе идентификатора рекламы, который представляет собой уникальное цифровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламы и учета информации о такой рекламе. Требования к идентификатору рекламы, его содержанию, порядок и сроки его присвоения, размещения при распространении рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", хранения и предоставления в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, устанавливаются указанным федеральным органом исполнительной власти.

Версия #1
Журнал АО создал 6 марта 2024 13:59:21
Журнал АО обновил 6 марта 2024 14:00:08