

# **Об утверждении Правил взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций с операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 статьи 18-1 Федерального закона "О рекламе", включая порядок, сроки и формат предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе**

Постановление Правительства Российской Федерации · № 974 · от 28.05.2022 · Правительство Российской Федерации · Действует с изменениями

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

ОТ 28 МАЯ 2022 Г. № 974

МОСКВА

Действует в течение 6 лет с даты вступления в силу - пункт 2 настоящего Постановления

Об утверждении 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 распространенных в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе и (или) социальной рекламе

(Наименование в редакции постановлений Правительства Российской Федерации от 20.12.2022 № 2355, от 28.05.2025 № 743)

В соответствии с частью 9 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Утвердить прилагаемые Правила 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 распространенных в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе и (или) социальной рекламе.
2. Настоящее постановление вступает в силу с 1 сентября 2022 г. и действует в течение 6 лет с даты вступления его в силу.
3. Подпункт "г" пункта 2, пункты 12, 13, 14 и 18 Правил, утвержденных настоящим постановлением, вступают в силу с 1 марта 2023 г.

Председатель Правительства  
Российской Федерации М.Мишустин

УТВЕРЖДЕНЫ  
постановлением Правительства  
Российской Федерации

## ПРАВИЛА

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 распространенных в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе и (или) социальной рекламе

(Наименование в редакции постановлений Правительства Российской Федерации от 20.12.2022 № 2355, от 28.05.2025 № 743)

1. Настоящие Правила определяют порядок взаимодействия Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее - уполномоченный орган) с операторами рекламных данных, включая порядок, формат и сроки предоставления операторами рекламных данных в уполномоченный орган информации о распространенных в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") рекламе и (или) социальной рекламе, направленных на привлечение внимания потребителей рекламы и (или) социальной рекламы, находящихся на территории Российской Федерации (далее - информация о рекламе и (или) социальной рекламе) (в том числе сроки, в течение которых лица, указанные в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о рекламе и (или) социальной рекламе в уполномоченный орган через оператора рекламных данных).

2. Взаимодействие уполномоченного органа с операторами рекламных данных осуществляется следующими способами:

а) передача оператором рекламных данных в уполномоченный орган информации о рекламе и (или) социальной рекламе, состав которой определяется в соответствии с частью 1 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", которую лица, указанные в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", обязаны предоставлять или обеспечивать предоставление в уполномоченный орган через оператора рекламных данных в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе";

б) предоставление оператором рекламных данных по запросу, направленному уполномоченным органом в рамках его полномочий, информации о рекламе и (или) социальной рекламе, непосредственно рекламы и (или) социальной рекламы в той форме, в которой они распространены в сети "Интернет", в целях установления фактов предоставления недостоверной информации о рекламе и (или) социальной рекламе при возникновении такой необходимости со стороны уполномоченного органа;

в) (Подпункт утратил силу - Постановление Правительства Российской Федерации от 20.12.2022 № 2355)

г) направление оператором рекламных данных в уполномоченный орган сведений о несоответствиях в информации о рекламе и (или) социальной рекламе, предоставленной лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", оператору рекламных данных при осуществлении оператором рекламных данных мониторинга и анализа рекламы и (или) социальной рекламы в соответствии с пунктом 18 настоящих Правил;

д) направление уполномоченным органом запросов о предоставлении информации о рекламе и (или) социальной рекламе, формируемых по результатам обработки и анализа информации о рекламе и (или) социальной рекламе, в том числе в целях сверки информации о рекламе и (или) социальной рекламе, осуществляемой в соответствии с частью 10 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" (далее - сверка), и предоставление ответов на запросы о предоставлении информации о рекламе и (или) социальной рекламе операторами рекламных данных;

е) направление уполномоченным органом оператору рекламных данных уведомления о выявленных по результатам сверки несоответствиях в информации о рекламе и (или) социальной рекламе, предоставленной оператором рекламных данных.

3. Взаимодействие уполномоченного органа с операторами рекламных данных осуществляется с использованием информационной системы радиочастотной службы, обеспечивающей осуществление организационных и технических мер, необходимых для реализации уполномоченным органом полномочий по учету, хранению и обработке информации о рекламе и (или) социальной рекламе в соответствии с частью 2 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" (далее соответственно - информационная система, радиочастотная служба). Информационная система подлежит подключению к единой системе межведомственного электронного взаимодействия в соответствии с Положением о единой системе межведомственного электронного взаимодействия, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697 "О единой системе межведомственного электронного взаимодействия".

4. Доступ оператора рекламных данных к информационной системе и информационное взаимодействие оператора рекламных данных с уполномоченным органом, если иное не предусмотрено пунктом 8 настоящих Правил, осуществляются посредством личного кабинета, являющегося неотъемлемой частью информационной системы (далее - личный кабинет). Вход в личный кабинет осуществляется посредством обращения к информационной системе, размещенной на официальном сайте уполномоченного органа в сети "Интернет".

5. Доступ к личному кабинету осуществляется с использованием подтвержденной учетной записи оператора рекламных данных в федеральной государственной информационной системе "Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме".

6. Радиочастотная служба и оператор рекламных данных не позднее 15 рабочих дней с даты внесения реестровой записи об операторе рекламных данных в реестр операторов рекламных данных подписывают протокол об информационном взаимодействии (далее - протокол взаимодействия), в который включаются технические характеристики взаимодействия и сведения об уполномоченных на такое взаимодействие сотрудниках оператора рекламных данных с указанием фамилии, имени, отчества (при наличии), должности, номера телефона и адреса электронной почты. Проект протокола взаимодействия составляется радиочастотной службой и согласовывается с оператором рекламных данных до подписания. Оператор рекламных данных до подписания протокола взаимодействия может внести в него необходимые изменения. Протокол взаимодействия подписывается уполномоченными должностными лицами радиочастотной службы и оператора рекламных данных на бумажном носителе собственноручно или электронной подписью в соответствии с требованиями Федерального закона "Об электронной подписи".

7. Взаимодействие уполномоченного органа с оператором рекламных данных может осуществляться посредством единой системы межведомственного электронного взаимодействия, функционирующей в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2010 г. № 697 "О единой системе межведомственного электронного взаимодействия".

8. Передача оператором рекламных данных уполномоченному органу информации о рекламе и (или) социальной рекламе осуществляется в течение 10 дней после предоставления оператору рекламных данных лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", информации о рекламе и (или) социальной рекламе, указанной в пункте 10 настоящих Правил.

9. Электронный документ, содержащий информацию о рекламе и (или) социальной рекламе, направляемый оператором рекламных данных в уполномоченный орган, подписывается лицом, уполномоченным оператором рекламных данных на его подписание, в соответствии с требованиями Федерального закона "Об электронной подписи".

10. Лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", информация о рекламе и (или) социальной рекламе предоставляется оператору рекламных данных в течение 30 календарных дней после окончания календарного месяца, в котором было осуществлено распространение рекламы и (или) социальной рекламы в сети "Интернет", а в случае исполнения обязательств по распространению рекламы и (или) социальной рекламы по заключенному договору (договорам), за исключением информации о рекламе и (или) социальной рекламе, размещенной в составе авторских произведений в форме видеоролика, предоставляется оператору рекламных данных в течение года со дня исполнения такого обязательства по распространению рекламы и (или) социальной рекламы.

11. Взаимодействие, предусмотренное настоящими Правилами, осуществляется исключительно в электронном формате с использованием автоматически формируемых в личном кабинете форм документов. Взаимодействие информационной системы и используемой оператором рекламных данных программы для электронных вычислительных машин, предназначенной для установления факта распространения в сети "Интернет" рекламы и (или) социальной рекламы, предусматривает обмен информацией в электронном виде в автоматическом режиме по защищенным каналам связи, исключающим доступ к информации третьих лиц, с использованием технологии шифрования.

12. В целях взаимодействия с уполномоченным органом, предусмотренного подпунктом "а" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных вправе обеспечивать формирование и направление в уполномоченный орган сведений о выявленных по результатам мониторинга, предусмотренного пунктом 18 настоящих Правил, несоответствиях в информации о рекламе и (или) социальной рекламе, предоставленной лицами, указанными в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", оператору рекламных данных и учитываемой оператором рекламных данных.

13. Сведения, указанные в пункте 12 настоящих Правил, предоставляются оператором рекламных данных в уполномоченный орган в случае, если информация об объемах и о распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети "Интернет" на администрируемых и (или) используемых рекламодателем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также о фактах доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и (или) социальной рекламы и о фактах доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и о распределении таких показов рекламы и (или) социальной рекламы и о фактах доступа (при наличии) между рекламными системами, полученная оператором рекламных данных от лиц, указанных в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", в составе информации о рекламе и (или) социальной рекламе, не соответствует более чем на 5 процентов информации об объемах и о распределении показов рекламы и (или) социальной рекламы в сети "Интернет" на администрируемых и (или) используемых рекламодателем, оператором рекламной системы информационных ресурсах, а также о фактах доступа (при наличии) посредством таких информационных ресурсов, об объемах показов рекламы и (или) социальной рекламы и о фактах доступа (при наличии) с использованием рекламных систем и о распределении таких показов рекламы и (или) социальной рекламы и о фактах доступа (при наличии) между рекламными системами, учитываемой оператором рекламных данных по результатам мониторинга, предусмотренного пунктом 18 настоящих Правил.

14. Сведения, предусмотренные пунктом 12 настоящих Правил, предоставляются оператором рекламных данных в уполномоченный орган в течение месяца, следующего за календарным месяцем, в котором оператором рекламных данных была получена информация о рекламе и (или) социальной рекламе.

15. Запросы и уведомления, предусмотренные подпунктами "б", "д" и "е" пункта 2 настоящих Правил, направляются уполномоченным органом оператору рекламных данных посредством размещения указанных запросов и уведомлений в личном кабинете оператора рекламных данных.

16. Ответы на запросы, предусмотренные подпунктами "б" и "д" пункта 2 настоящих Правил,

предоставляются в уполномоченный орган не позднее 5 дней с даты размещения соответствующего запроса в личном кабинете.

17. В случае выявления по результатам сверки несоответствий в информации о рекламе и (или) социальной рекламе, предоставленной в уполномоченный орган, уполномоченный орган направляет оператору рекламных данных уведомление о выявленных несоответствиях в информации о рекламе и (или) социальной рекламе, предоставленной оператором рекламных данных.

18. В целях обеспечения взаимодействия с уполномоченным органом, предусмотренного подпунктами "г" и "д" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных вправе осуществлять мониторинг и анализ распространенных в сети "Интернет" рекламы и (или) социальной рекламы взаимодействующих с ним лиц, указанных в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", включая перекрестный анализ предоставленной такими лицами информации о рекламе и (или) социальной рекламе.

19. Оператор рекламных данных не вправе передавать информацию о рекламе и (или) социальной рекламе, полученную в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" от лиц, указанных в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", иным лицам, за исключением уполномоченного органа, а также использовать указанную информацию в целях извлечения прибыли. Информация о рекламе и (или) социальной рекламе, полученная оператором рекламных данных в соответствии с частью 5 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе" от лиц, указанных в части 3 статьи 18<sup>1</sup> Федерального закона "О рекламе", может быть передана оператором рекламных данных лицу, от которого была получена информация о рекламе и (или) социальной рекламе, по его запросу.

20. По запросу уполномоченного органа, предусмотренному подпунктом "б" пункта 2 настоящих Правил, оператор рекламных данных предоставляет имеющуюся у него и (или) полученную от рекламодателя, оператора рекламных систем информацию о рекламе и (или) социальной рекламе, непосредственно рекламу и (или) социальную рекламу в течение суток с даты поступления такого запроса.