



МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ЗАРЕГИСТРИРОВАНО**

Регистрационный № 65877

от "18" ноября 2021 г.

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

## ПРИКАЗ

06.09.2021

№

924

Москва

**Об утверждении Требований к сведениям об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы и прогнозным значениям объемов распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также к срокам и порядку их предоставления**

В соответствии с пунктом 1 части 3<sup>13</sup> статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2021, № 18, ст. 3068), абзацем первым пункта 1 Положения о Министерстве цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2008 г. № 418 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 23, ст. 2708; 2021, № 26, ст. 4967),

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить прилагаемые Требования к сведениям об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы и прогнозным значениям объемов распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также к срокам и порядку их предоставления.

2. Настоящий приказ действует в течение шести лет со дня его вступления в силу.

Министр

М.И. Шадаев

УТВЕРЖДЕНЫ  
приказом Министерства  
цифрового развития, связи и массовых  
коммуникаций  
Российской Федерации  
от 06.09 2021 г. № 924

## ТРЕБОВАНИЯ

**к сведениям об объемах, о способах, формах и средствах распространения  
рекламы и прогнозным значениям объемов распространения социальной  
рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,  
а также к срокам и порядку их предоставления**

1. Сведения об объемах, о способах, формах и средствах распространения рекламы (далее – сведения) и (или) прогнозные значения объемов распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – прогнозные значения) предоставляются рекламодателями, указанными в части 3<sup>13</sup> статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), а в случаях, предусмотренных частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе, операторами рекламных систем, оператору социальной рекламы в форме электронного документа.

2. Электронный документ, содержащий сведения или прогнозные значения, подписывается электронной подписью<sup>1</sup> рекламодателя или оператора рекламной системы, указанных в пункте 1 настоящих Требований, либо лица, уполномоченного действовать от их имени.

В случае, если электронный документ, указанный в абзаце первом настоящего пункта, подписан усиленной квалифицированной электронной подписью лица, уполномоченного действовать от имени рекламодателя или оператора рекламной системы, указанных в пункте 1 настоящих Требований, к нему должны быть приложены электронные образы документов, подтверждающих полномочия такого лица, либо документы, подтверждающие полномочия такого лица в форме электронного документа, оформленные в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

3. Сведения предоставляются лицом (лицами), указанным (указанными) в пункте 1 настоящих Требований:

а) впервые – за календарный год, предшествующий году, в котором у лица, указанного в пункте 1 настоящих Требований, возникает обязательство по распространению социальной рекламы, за исключением случаев, предусмотренных в пункте 8 настоящих Требований;

б) в последующем – за каждый календарный год, предшествующий году предоставления сведений.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 6 апреля 2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 15, ст. 2036; 2021, № 24, ст. 4188).

4. Прогнозные значения предоставляются лицом (лицами), указанным (указанными) в пункте 1 настоящих Требований:

а) впервые – в отношении периода, оставшегося до конца календарного года, в котором лицом, указанным в пункте 1 настоящих Требований, получено уведомление, предусмотренное пунктом 2 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе;

б) в последующем – в отношении следующего календарного года.

5. Лицо (лица), указанное(указанные) в пункте 1 настоящих требований вправе не предоставлять оператору социальной рекламы:

а) сведения за период, указанный в подпункте «а» пункта 3 настоящих Требований, в случае предоставления оператору социальной рекламы прогнозных значений за период, указанный в подпункте «а» пункта 4 настоящих Требований;

б) сведения за период, указанный в подпункте «б» пункта 3 настоящих Требований, в случае предоставления оператору социальной рекламы прогнозных значений за период, указанный в подпункте «б» пункта 4 настоящих Требований;

г) прогнозные значения за период, указанный в подпункте «а» пункта 4 настоящих Требований, в случае предоставления оператору социальной рекламы сведений за период, указанный в подпункте «а» пункта 3 настоящих Требований;

д) прогнозные значения за период, указанный в подпункте «б» пункта 4 настоящих Требований, в случае предоставления оператору социальной рекламы сведений за период, указанный в подпункте «б» пункта 3 настоящих Требований.

6. Сведения и (или) прогнозные значения направляются по адресу электронной почты, указанному на сайте оператора социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

7. Сведения и (или) прогнозные значения предоставляются:

а) впервые – в течение 10 рабочих дней со дня получения лицом, указанным в пункте 1 настоящих Требований, уведомления от оператора социальной рекламы, предусмотренного пунктом 2 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе;

б) в дальнейшем – не позднее 1 ноября каждого календарного года.

8. В случае, если лицо, указанное в пункте 1 настоящих Требований, осуществляет деятельность по распространению рекламы менее 1 года, сведения предоставляются им за квартал, предшествующий дате получения лицом, указанным в пункте 1 настоящих Требований, уведомления, предусмотренного пунктом 2 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе, не позднее 10 рабочих дней со дня истечения такого квартала.

9. Сведения и (или) прогнозные значения предоставляются на русском языке.

10. Лица, указанные в пункте 1 настоящих Требований, могут дополнительно предоставлять сведения в целях уточнения прогнозных значений и (или) уточненные прогнозные значения.

11. Сведения и (или) прогнозные значения должны содержать:

а) информацию о рекламодателе или об операторе рекламной системы:

для граждан Российской Федерации – фамилия, имя, отчество (при наличии), реквизиты документа, удостоверяющего личность (серия и номер, дата выдачи, кем выдан, код подразделения), адрес регистрации по месту жительства (пребывания)

или адрес места фактического проживания, идентификационный номер налогоплательщика;

для российских юридических лиц – полное и сокращенное (при наличии) наименования, организационно-правовая форма, место нахождения и адрес, идентификационный номер налогоплательщика, основной государственный регистрационный номер, код причины постановки на учет юридического лица в налоговом органе, фамилия, имя, отчество (при наличии) руководителя юридического лица;

для индивидуальных предпринимателей – фамилия, имя, отчество (при наличии), адрес регистрации по месту жительства (пребывания), идентификационный номер налогоплательщика, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;

для иностранных организаций – полное и сокращенное (при наличии) наименования, страна регистрации, налоговый идентификатор и (или) идентификатор в торговом реестре страны регистрации, место нахождения и адрес;

для иностранных граждан и лиц без гражданства – фамилия, имя, отчество (при наличии), вид, номер и страна выдачи документа, удостоверяющего личность, адрес регистрации по месту жительства (пребывания) (при наличии);

б) почтовый адрес (при наличии) рекламораспространителя или оператора рекламной системы;

в) адрес электронной почты рекламораспространителя или оператора рекламной системы;

г) перечень доступных форм, способов и средств распространения рекламы, учитываемых при формировании прогнозных значений распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе;

д) информацию о наличии или отсутствии учетной записи оператора социальной рекламы на информационном ресурсе и(или) в рекламной системе лица, указанного в пункте 1 настоящих Требований, позволяющей организовывать распространение социальной рекламы, а также получать доступ к статистической информации о распространении социальной рекламы (личного кабинета оператора социальной рекламы) для взаимодействия с рекламораспространителем или оператором рекламной системы;

е) перечень необходимых оператору социальной рекламы программных и технических средств для распространения социальной рекламы в соответствии с перечнем форм, способов и средств распространения рекламы, указанным в подпункте «г» настоящего пункта, с указанием возможности интеграции таких средств с иными программами для электронных вычислительных машин и информационными системами оператора социальной рекламы, а также с приложением необходимой документации таких программных и технических средств;

ж) перечень информационных ресурсов, на которых может распространяться социальная реклама с указанием информации, позволяющей идентифицировать такие

информационные ресурсы (доменное имя, указатель страницы или наименование), при наличии технической возможности предоставления такого перечня;

з) информацию о договорах, предусмотренных частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе (при наличии), включающую наименование, идентификационный номер налогоплательщика, основной государственный регистрационный номер или основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя рекламодателя и оператора рекламной системы, а также сведения, позволяющие идентифицировать информационный ресурс, на котором может распространяться реклама на основании такого договора (доменное имя, указатель страницы или наименование);

и) контактную информацию (фамилия, имя, отчество (при наличии), номер телефона, адрес электронной почты) лица, уполномоченного на взаимодействие с оператором социальной рекламы;

к) информацию об объемах распространения рекламы, предоставляемую по выбору лица, указанного в пункте 1 настоящих Требований:

в виде количества тысяч показов и прогнозной стоимости одной тысячи показов рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на принадлежащих лицу, указанному в пункте 1 настоящих Требований, информационных ресурсах, а в случае, предусмотренном частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе, – информационных ресурсах, принадлежащих иным лицам, за период, определяемый в соответствии с пунктом 3 настоящих Требований, за исключением показов рекламы и информации, не учитываемой для целей расчета прогнозных значений в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе, по способам, формам и средствам распространения рекламы, подлежащим учету при формировании прогнозных значений распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе;

или в виде выручки от реализации услуг по распространению рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», направленной на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации, на принадлежащих лицу, указанному в пункте 1 настоящих Требований, информационных ресурсах, а в случае, предусмотренном частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе, – информационных ресурсах, принадлежащих иным лицам, по способам, формам и средствам распространения рекламы, подлежащим учету при формировании прогнозных значений распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе, за период, определенный в соответствии с пунктом 3 настоящих Требований, за исключением выручки, не учитываемой для целей формирования прогнозных значений в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе;

л) в случае распространения лицами, указанными в пункте 1 настоящих Требований, социальной рекламы без участия оператора социальной рекламы, соответствующей критериям отнесения информации, распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к социальной рекламе,

утвержденным в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе, информацию о такой социальной рекламе, включая:

информацию о рекламодателе такой социальной рекламы (при наличии такой информации);

способы, формы и средства распространения такой социальной рекламы;

описание предмета такой социальной рекламы (при наличии такой информации);

информацию об объемах распространения социальной рекламы, предоставляемую по выбору лица, указанного в пункте 1 настоящих Требований, в виде количества тысяч показов такой социальной рекламы и прогнозной стоимости одной тысячи показов рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на принадлежащих лицу, указанному в пункте 1 настоящих Требований, информационных ресурсах, а в случае, предусмотренном частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе, – информационных ресурсах, принадлежащих иным лицам, или в виде объема выручки, полученной от реализации услуг по распространению такой социальной рекламы на принадлежащих лицу, указанному в пункте 1 настоящих Требований, информационных ресурсах, а в случае, предусмотренном частью 3<sup>14</sup> статьи 10 Закона о рекламе, – информационных ресурсах, принадлежащих иным лицам, за исключением выручки, не учитываемой в целях формирования прогнозных значений в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе.

12. Прогнозные значения должны содержать также показатели, определяемые в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе.

13. Сведения и (или) прогнозные значения предоставляются по каждому способу, форме и средству распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», подлежащим учету при формировании прогнозных значений распространения социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе, отдельно.

14. Прогнозные значения рассчитываются рекламораспространителем или оператором рекламной системы самостоятельно в соответствии с пунктом 3 части 3<sup>10</sup> статьи 10 Закона о рекламе.