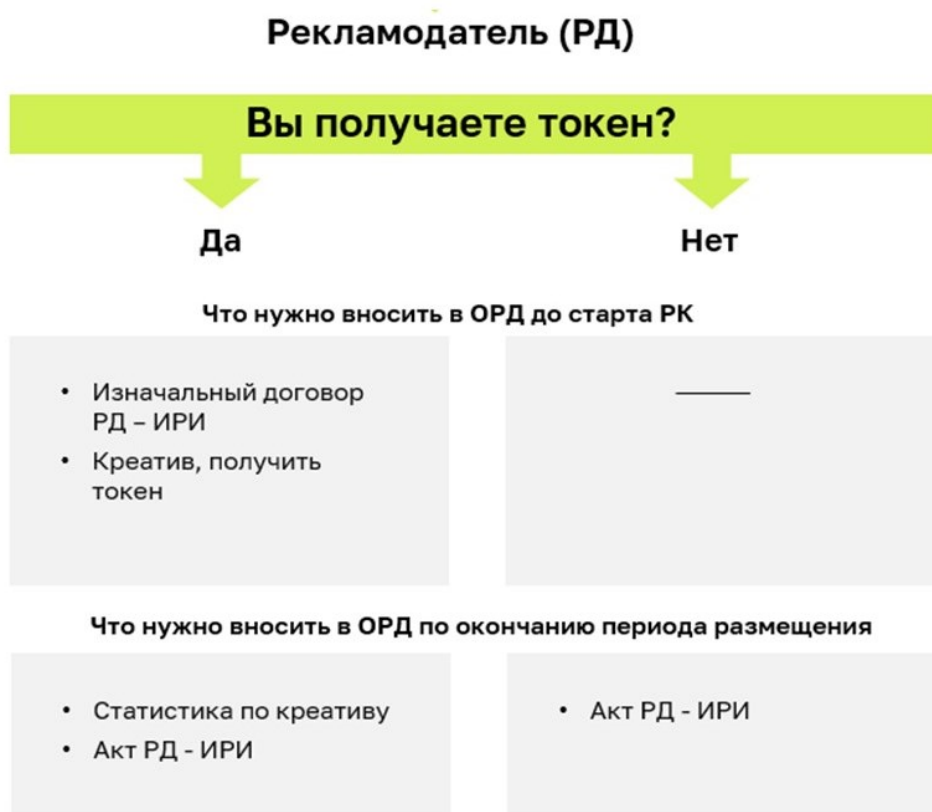


Внесение данных в ОРД при размещении социальной рекламы по квоте с участием Оператора

Вся социальная реклама подлежит обязательной маркировке, обязанность по маркировке может лежать как на рекламодателе (РД), так и на рекламодателе (РД), так и на рекламодателе (РД), так и на рекламодателе (РД), при этом оба участника цепочки должны вносить в ОРД (Оператор рекламных данных) данные о своих актах. Ниже на схеме коротко отражено какую информацию необходимо вносить рекламодателю на всех этапах процесса размещения социальной рекламы в зависимости от того, кто маркирует рекламу: до старта рекламной кампании (Этап 1) и после завершения рекламной кампании (Этап 2).



Подготовка

На этом этапе Рекламодатель создает Личный кабинет (ЛК) в одном из [7 ОРД](#). Подробная инструкция по созданию ЛК есть на сайтах ОРД. Рекомендуем выбирать авторизацию по Электронной почте.

Регистрируйте ЛК на корпоративную почту для возможности доступа нескольких сотрудников.

После регистрации в ОРД нужно добавить данные собственного контрагента, для этого вносите необходимые данные: название организации, роль – Рекламодатель, тип - Юридическое лицо, добавьте ИНН.

Вы зарегистрировали ЛК в ОРД и добавили себя в Контрагенты как Рекламодателя.

Этап 1. Что нужно вносить в ОРД до старта рекламной кампании, если вы получаете токен

До старта РК в ОРД вносим Изначальный договор между вами (Рекламодатель) и АНО «ИРИ» и маркируем рекламные материалы (получаем токен).

Если вы не маркируете рекламу, Этап 1 можно пропустить.

1. Внесение изначального договора

Для внесения изначального договора нужно добавить второго контрагента (АНО «ИРИ»). Для этого во вкладке «Контрагенты» нажимаем «Добавить контрагента», заполняем название – АНО «ИРИ», роль – Агентство, тип – юр. лицо, ИНН 7709473987 и сохраняем.

Далее во вкладке «Договоры» нажимаем «Добавить договор». Заполняем обязательные поля со звездочкой: тип – оказание услуг, номер договора (если есть), заказчик – РД, Исполнитель – ИРИ, предмет договора – организация распространения, дата договора (из договора), сумма – 0 рублей. Сохранить.

Созданный договор появится во вкладке «Договоры». Наш созданный договор между РД и ИРИ является **изначальным**.

Для удобства и передачи данных об изначальном договоре другим участникам цепочки можно получить CID. CID – это уникальный идентификатор изначального договора с рекламодателем, сгенерированный системой ЕРИР, который позволяет избежать передачи информации об изначальных договорах в открытом виде между автоматизированными системами, обеспечивая безопасность данных.

CID, выданный одним ОРД можно использовать в других. Получение CID – опциональная возможность.

- Получить CID можно только на договор с рекламодателем.
- Договор и стороны договора должны иметь статус «Принято в ЕРИР».
- Для договора, к которому выдан CID, запрещается изменять заказчика или исполнителя. Данные заказчика и исполнителя также становятся нередактируемыми после получения CID.

****Внесение CID в акты пока недоступно, такая возможность появится позже.***

Для получения CID к ранее созданному договору необходимо выбрать нужный договор и нажать внизу кнопку «Получить CID».

2. Присвоение токена рекламным материалам

Для присвоения токена рекламным материалам заходим во вкладку «Креатив». Вводим рабочее название рекламной кампании и заполняем обязательные поля со звездочками и нажимаем кнопку «Сохранить».

- вид рекламы – социальная реклама по квоте
- вносим изначальный договор – номер изначального договора РД – ИРИ
- заполняем минимум одно поле Бренд / Категория / Описание

- выбираем код ККТУ (классификатор категорий товаров и услуг) из выпадающего списка
- тип креатива – выбираем исходя из материалов нашей рекламной кампании
- целевые ссылки перехода – вносим ссылку для перехода на сайт (при наличии)
- файлы – прикрепляем один или несколько графических файлов
- текстовые данные креатива – вносим текст.

Идентификатор присваивается сразу после сохранения данных, его можно найти в столбце ERID/Маркер. Полученный идентификатор в зависимости от условий взаимодействия необходимо передать вашему менеджеру в АНО «ИРИ» или нанести на материалы рекламной кампании. Рекомендации по размещению идентификатора рекламы (erid) в разных форматах интернет-рекламы размещены на [сайте Роскомнадзора](#). Теперь всё готово для старта рекламной кампании, этап 1 завершён.

Обратите внимание, если рекламная кампания длится несколько месяцев, для одного креатива нужно получать один ERID. Создавать новый токен (erid) для размещения того же креатива в следующем месяце не нужно. При этом по окончании каждого месяца размещения по этому токenu нужно подавать статистику и акты, указывая корректный отчетный период.

Этап 2. Что нужно вносить в ОРД по окончании периода размещения

По завершении периода размещения рекламной кампании необходимо подать акты и статистику по размещению.

Данные по актам и статистике необходимо внести в ОРД в течение 30 календарных дней с даты окончания календарного месяца, в котором было размещение.

1. Подача информации по Актам

Акты подаем во вкладке «Акты». Добавляем акт к изначальному договору РД – ИРИ. Выбираем «Добавить Акт». Вносим номер акта (если есть), дату акта, роль заказчика – Рекламодатель, роль Исполнителя – Агентство, а также дату начала и окончания периода. При необходимости заполняем сумму и ставку НДС, проставляем 0 (ноль) рублей. Сохраняем.

2. Подача статистики

Если вы не маркировали рекламу, статистику по креативу вам вносить не нужно.

Для того, чтобы внести статистику по креативу, добавляем площадки, где был размещен креатив. Если креатив размещался у блогера, добавляем ссылку на страницу/канал блогера. Предварительно необходимо создать карточку площадки или нескольких площадок, на которых размещалась РК. Вносить площадку нужно только первый раз, дальше список внесенных площадок будет открываться автоматически.

Для внесения площадки переходим во вкладку «Площадки». Добавить Площадку. Далее вносим название площадки (для блогеров – название Телеграм канала, страницы в ВК, YouTube канала и др.), выбираем тип – сайт, контрагент – АНО «ИРИ». Сохраняем карточку площадки.

Далее передаем статистику по креативу, для этого выбираем вкладку «Статистика» и переходим туда. Выбираем из списка креатив, по которому подаем статистику, площадку, где было размещение, указываем количество показов. Вносим период размещения креатива, отмечаем, если плановые даты совпали с фактическими. Снимаем галочку в поле «Заполнить финансовую информацию», так как размещение безвозмездное и сохраняем. Если в выбранном ОРД требуется заполнить информацию о стоимости, проставляем нулевую стоимость.

Если креатив размещался на нескольких площадках, у нескольких блогеров, подаем статистику по каждой из площадок и каждому блогеру.

Вы успешно отчитались за прошедший период рекламной кампании, передали статистику по полученному токenu, загрузили данные Актов, на этом этап 2 завершён.