



Как эффективно работать маркетологом и не нарушить закон?



Никита Козин,

Консультант по информационной
безопасности АКТИВ.CONSULTING





Кто я?

Козин Никита, консультант по информационной безопасности АКТИВ.CONSULTING, бизнес-направления компании «Актив». Защита персональных данных – моя основная компетенция.

Как информационная безопасность связана с маркетингом?

Маркетинг — это взаимодействие с потенциальными и текущими клиентами. Их права защищает законодательство в сфере рекламы, персональных данных и информационных технологий. Чтобы не получить штрафы и другие санкции от государства, процессы маркетинга должны осуществляться в рамках правовых норм.

Какие сложности появляются в работе маркетолога при соблюдении требований законодательства?



Необходимость корректного сбора согласий на обработку персональных данных и получение рекламных рассылок

01



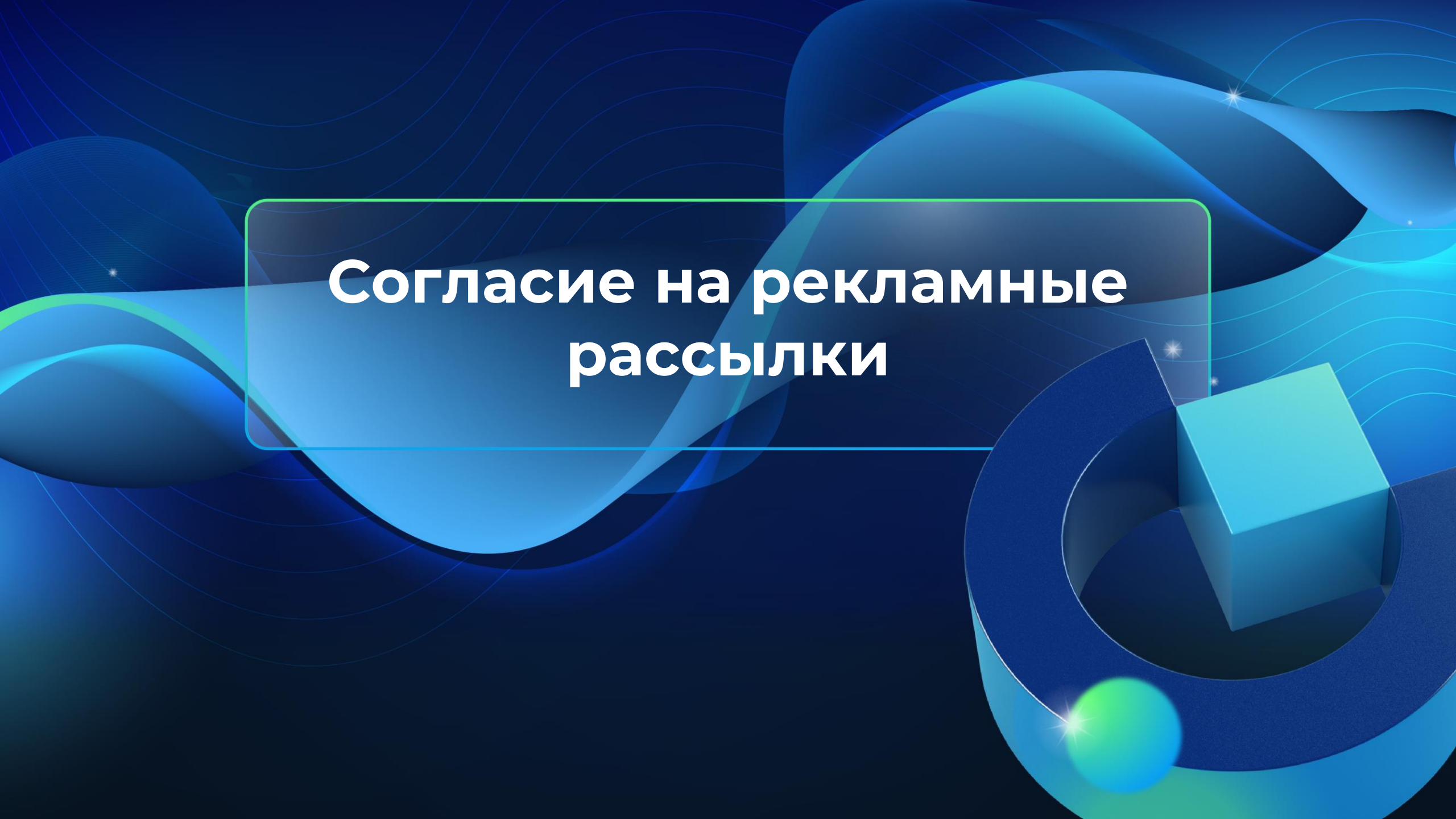
Маркировка интернет-рекламы

02



Трудность в понимании того, что является рекламой, а что — нет

03

The background is a dark blue gradient with several large, overlapping, wavy shapes in lighter shades of blue and cyan. These shapes have a 3D effect with shadows and highlights. In the center, there is a semi-transparent rectangular box with rounded corners and a thin green border. Inside this box, the text "Согласие на рекламные рассылки" is written in a bold, white, sans-serif font. The text is centered and occupies most of the box's width. There are also some small, bright, star-like light effects scattered across the background.

Согласие на рекламные рассылки

Необходимость корректного сбора согласий на обработку персональных данных и получение рекламных рассылок


Согласие на обработку персональных данных — краеугольный камень **152-ФЗ**. В большинстве случаев без него нельзя обрабатывать сведения о физических лицах. При нарушении — штраф до 700.000 ₽.

38-ФЗ также предполагает получение согласия. Без него нельзя направить сведения рекламного характера посредством телефонной связи, смс, мессенджеров, email. Штраф при нарушении — до 500.000 ₽.

1

←

Войти или создать профиль

 +7 000 000-00-00

Получить код

Соглашаюсь с правилами пользования торговой площадкой и возврата


2

Введите номер телефона ×

+7 999 999 99 99

Войти

или

 Войти через VK ID

Нажимая «Войти через VK ID», вы принимаете [пользовательское соглашение](#) и [политику конфиденциальности](#), даете [согласие на обработку ваших ПДн](#), [включая их передачу](#).

3

Введите номер телефона



Если этого номера ещё нет в программе лояльности, мы привяжем к нему новую карту – вам будут доступны персональные скидки и рекомендации

Ваш телефон

+7 (____) ____-____-____

Продолжить




Соглашаюсь получать новости и специальные предложения

Нажимая кнопку «Продолжить», соглашаюсь с [офертой](#), [политикой конфиденциальности](#) и [пользовательским соглашением](#)

4

войти или зарегистрироваться

Позвоним или пришлём SMS. Введите последние четыре цифры номера телефона или код из SMS-сообщения.

 РОССИЯ



+7 _____

получить код

Нажимая на кнопку «Получить код», я даю согласие на обработку своих персональных данных в соответствии с [политикой обработки персональных данных](#)

Как правильно получать согласия?

1

Чаще всего оба согласия фиксируются в форме галочек, которые пользователь сайта ставит внутри чекбоксов. При этом нельзя использовать один чекбокс для обоих видов согласий.

2

В подписи к чекбоксу согласия на обработку персональных данных должна быть ссылка на форму согласия и политику обработки персональных данных организации.

3

Подпись к чекбоксу согласия на получение рассылок должна в явном виде говорить о рекламе. Маскировать под «информационные сообщения» нельзя.

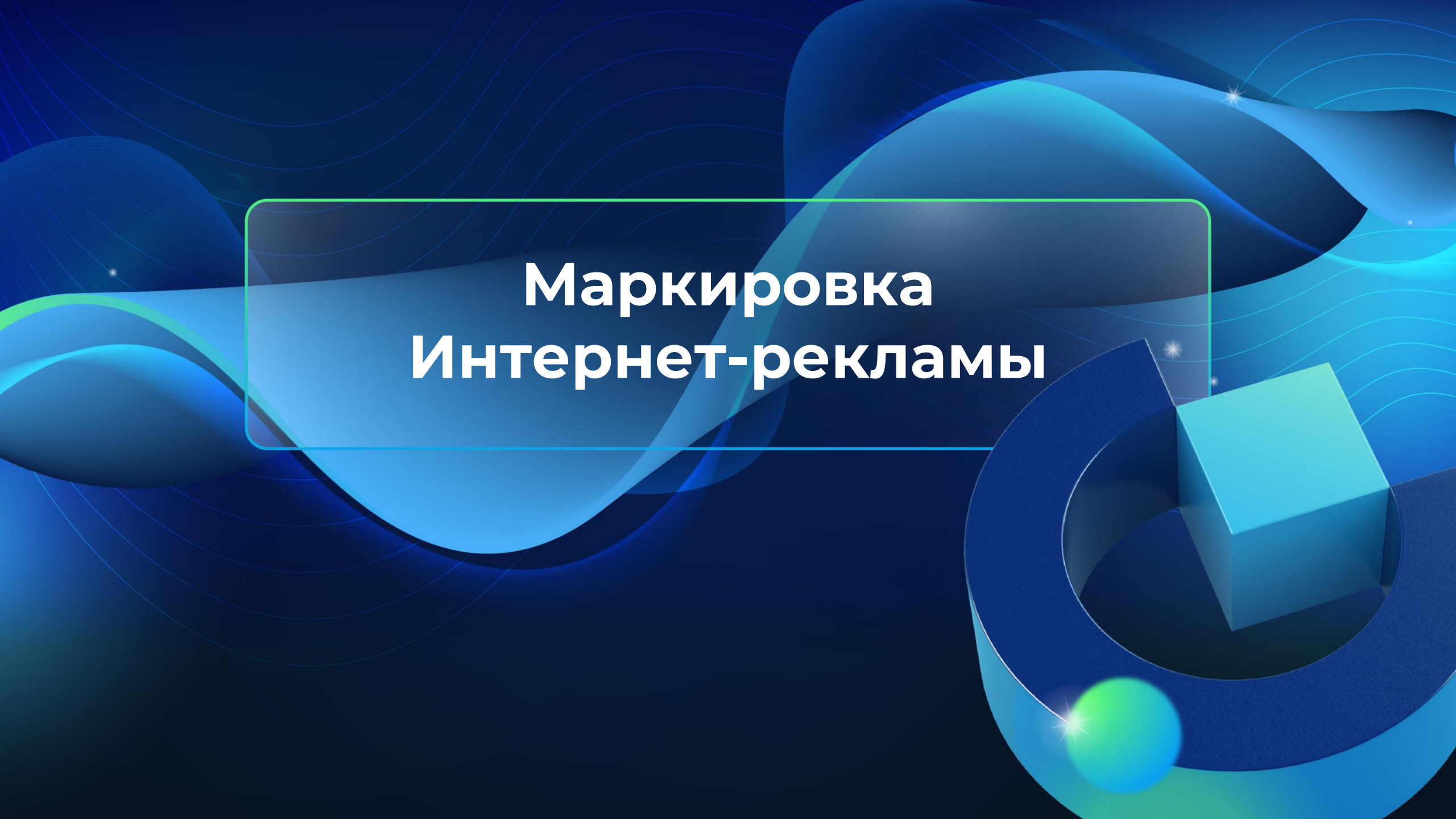
Как правильно получать согласия?

4

Галочки в чекбоксах не должны стоять по умолчанию, пользователь должен кликнуть на них самостоятельно. При этом нельзя делать обязательной галочку на получение рекламных рассылок.

5

Если на сайте для пользователей есть личный кабинет, согласие на получение рекламы можно взять потом. Например, оформить его всплывающим окошком с предложением получить скидку.

The background is a dark blue gradient with abstract, wavy, glowing blue shapes. A prominent feature is a glowing, 3D cube on the right side, and a glowing sphere below it. The overall aesthetic is futuristic and digital.

Маркировка Интернет-рекламы

- международный коммерческий арбитраж,
- популярные ошибки работы по стандартам Incoterms,
- взаимодействие с банками: аккредитивы и валютный контроль,
- особенности работы с параллельным импортом,
- порядок работы с странами Восточной Азии, Латинской Америки и Африки,

Для закрепления навыков отрабатываем их на практике с преподавателями: составление контракта по ВЭД и игровой суд по международному коммерческому арбитражу.

- ▶ Лекции от практиков из «ВЭД», «Лемчик, Крупский и партнеры», Lidings
- ▶ Доступ к лекциям и шаблонам документов для работы остается с вами навсегда.

Скидка 10% по промокоду: MDS
Старт курса: 19 августа 2024 года
[Регистрация на курс открыта по ссылке](#)

erid LjN8K363a Реклама. ООО «Диджитал Скиллс» 18+* ОГРН
1197746524513 123242, г. Москва

👁 1877 18:05

 [Прокомментировать](#)



Cyber Media: Какие уникальные проекты компания ARinteg за свою историю реализовала?

Дмитрий Слободенюк: Крупные наши проекты защищены NDA, поэтому говорить о них можем только в общих чертах. Например, в одном из системообразующих банков помогли внедрить систему информационной безопасности для работы со счетами и картами физических лиц. В этом проекте уникальным для нас стал беспрецедентный объем данных, но со всем справились, в том числе с необходимостью оптимизации работы железа.

Также для одного из органов исполнительной власти выстроили защищенные каналы передачи информации для нескольких сотен субъектов. Особенностью проекта стало то, что эта территориально распределенная сеть обладала всевозможными каналами передачи данных, с разным качеством, и нам требовалось все это оптимально связать, что и было сделано. С развитием компании таких проектов становится все больше. Полагаю, что самые интересные из них еще впереди.

erid: 2SDnje1L24S

* Реклама, Рекламодатель ООО «ARинтег», ИНН 7709450637

Зачем и как маркировать интернет-рекламу?



В 2022 г. 38-ФЗ был дополнен положениями о маркировке интернет-рекламы. С конца прошлого года данные требования начали действовать в полную силу



Каждый рекламный материал, публикуемый в Интернете, необходимо «промаркировать», т.е. присвоить ему идентификатор — токен ERID

Зачем и как маркировать интернет-рекламу?



Для этого нужно подключиться к одному из семи операторов рекламных данных (ОРД)



Сведения об интернет-рекламе передаются в Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР) — специальную систему Роскомнадзора

Нужно маркировать:



- –всё–
- баннеры на сайтах
- сторизы в социальных сетях
- кружочки в Телеграм
- видео (трансляции, вебинары, подкасты)
- многое-многое другое...

Не нужно маркировать:



- push-уведомления
- смс-сообщения
- email-рассылки

The background is a dark blue gradient with intricate, glowing wavy lines and patterns. In the lower right, there is a 3D glowing cyan cube and a glowing cyan sphere. The text is centered in a white, bold font within a semi-transparent blue rounded rectangle.

**Что является рекламой,
а что – нет?**



Реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

**Бизнес и правда штрафуют
за несоблюдение
всех этих требований?**



152-ФЗ и 38-ФЗ действуют давно, и за это время набралось достаточно прецедентов по нарушениям, связанным **с некорректностью или отсутствием получения согласий.**



В марте 2021 г. на АО «Почта России» подали в суд гражданин, получивший на электронную почту рекламное письмо от компании. При этом, по его словам, **никаких согласий он не давал.**



Суд первой инстанции установил отсутствие согласия и признал данный факт распространения рекламы **ненадлежащим.**



АО «Почта России» обжаловала первоначальное решение суда, но арбитражный суд так же остался на стороне гражданина. Компании **пришлось заплатить штраф.**

Что касается прецедентов по **нарушениям**, связанным с **отсутствием маркировки рекламы**, — такие случаи уже тоже есть.



В ноябре 2023 г. Роскомнадзор оштрафовал один **Telegram-канал**. Токен ERID отсутствовал у трех рекламных постов. Владелец канала получила штраф **300.000 Р.** При этом ранее в блогах рекламу маркировали. Три публикации просто упустили из виду.



В марте 2024 г. решением Управления ФАС по Краснодарскому краю была признана **ненадлежащей реклама**, присутствующая в видео с обзором на кухонный комбайн. Видео было размещено на **Youtube-канале** небольшого магазинчика техники. В последующем было возбуждено дело об административном правонарушении.

The background is a dark blue gradient with intricate, glowing wavy lines and patterns. In the lower right, there is a 3D glowing cyan cube and a glowing cyan sphere. The text is centered in a white, bold font within a semi-transparent blue rounded rectangle.

И что теперь делать?

Относительно маркировки



Определить используемые в Интернете каналы рекламы



Понять, где реклама, а где – нет



Начать взаимодействовать с ОРД и маркировать интернет-рекламу (если еще не делаете это)



Проверять конечное опубликование рекламного материала контрагентами на предмет наличия ERID

Относительно согласий



Определить используемые каналы получения персональных данных



Проверить, есть ли на сайтах чекбоксы для получения двух видов согласий



Попросить юристов проверить, корректно ли составлена форма согласия на обработку и политика обработки персональных данных



Учесть остальные нюансы (сбор логов с сайта, механизм подтверждения email, договор на поручение обработки персональных данных с сервисом email-рассылки)

Спасибо за внимание!



Никита Козин,

Консультант по информационной
безопасности АКТИВ.CONSULTING

.....
+7 999 796-80-96

kozin@aktiv.consulting

www.aktiv.consulting

