

**АЛЕРТ о работе с  
рекламой, в связи со  
вступившими в силу с 1  
сентября 2025 года  
новыми правилами,  
запрещающими рекламу  
в социальных сетях,  
признанных  
экстремистскими  
(Instagram, Facebook)**





**С 1 сентября 2025 года вступили в силу новые правила, запрещающие рекламу в социальных сетях, признанных экстремистскими (Instagram, Facebook). Сервис проверки информационного ресурса:**  
<https://blocklist.rkn.gov.ru/>

## » Реклама vs. Информирование

**Ключевое различие:** реклама имеет цель продать, а информирование — рассказать о себе и своем продукте в нейтральном ключе. Именно на этом принципе строится вся новая стратегия работы в социальных сетях.

### **Запрещено (реклама):**

- платные интеграции у блогеров и взаимный пиар — сторисы, рилсы, посты;
- прямые призывы к покупке: «купите», «запишитесь», «переходите по ссылке для заказа»;
- размещение ссылок на каталог, прайс или форму для заявки;
- публикация промокодов, акций, скидок и спецпредложений: «скидка 20% до конца недели», «осталось всего 2 места по старой цене»;
- эмоциональное выделение продукта в публикациях: «это лучший продукт на рынке»;
- рекомендации и отзывы блогеров: «это самое лучше средство», «очень советую».
- публикация цен с призывом к покупке: «стоимость средства — 3000₽, для заказа пишите в Директ», «вышел новый продукт, сейчас на него действует скидка 10 % при заказе».

### **Разрешено (информирование):**

- ✓ информация о товарах / услугах, размещенная на информационном ресурсе производителя или продавца (сведения об ассортименте, ценах, скидках, условиях приобретения товаров/услуг);
- ✓ информация о выставках и мероприятиях, размещенная на информационном ресурсе организатора;
- ✓ нейтральный рассказ о товарах/услугах;
- ✓ демонстрация процесса работы: показать процесс работы, состав продукта;
- ✓ демонстрация дизайна товара, если она не рекламирует другой товар;
- ✓ полезный контент и экспертность: «5 ошибок в выборе продукта», «разбор кейса клиента», обучающие материалы;
- ✓ обычное (органичное) употребление и использование блогерами товаров по назначению;
- ✓ публикации отзывов без призывов к покупке: показать благодарность клиента без явного выделения, гиперссылок;
- ✓ допустим перевод аудитории из запрещенных сетей в Telegram, VK, например, с помощью фраз: «подробнее читайте в моем ТГ-канале», «информация в шапке профиля» (ссылка считается рекламным распространением только тогда, когда она ведет к рекламному материалу);
- ✓ допустимо публиковать информацию о спонсорах, если она размещена в отдельном разделе на сайте и не рекламирует их.



Распространяется ли запрет рекламы на материалы, опубликованные до 1 сентября 2025 года? Нужно ли удалять или менять старый контент?

Удалять «старые рекламные материалы» не нужно, если в отношении них не применяются действия, направленные на их распространение или повторное распространение после 1 сентября 2025 года.

### **Признаки повторного распространения рекламных материалов, размещенных до 1 сентября 2025 года:**

- отсылки к старым рекламным материалам – гиперссылки, хештеги или иные отсылки к старым постам, осуществленные владельцем страницы или иным лицом;
- репосты старых рекламных материалов – репосты владельцев страницы или иных лиц к постам, размещенным в запрещенных сетях до 1 сентября 2025, в том числе на разрешенных ресурсах;
- закрепленные сообщения – размещение старых рекламных материалов в закрепленных сообщениях;
- реклама через рекомендации – распространение старых рекламных материалов с помощью рекомендательных механизмов социальных сетей;
- распространение действия старых рекламных материалов на период после 1 сентября 2025 года – указание в старых рекламных постах на предложения, акции, действующие на товары после 1 сентября 2025.

**Вывод:** отсылки, репосты, закрепленные сообщения, появления в *reels* старых рекламных материалов будет считаться нарушением Закона о рекламе.

## **Главная рабочая стратегия на 2025 год**

### **1. Руководствуйтесь принципом мультиплатформенности**

Пробуйте незапрещенные площадки для продвижения: VK, Telegram, Rutube.

### **2. Измените описание шапки профиля**

Исключите слова вроде «услуги», «запись», «цены». В публикациях сделайте акцент на вашей экспертизе, атмосфере и опыте. Продвигаться можно с акцентом на результат, ценность, подход, без использования слов «купите», «переходите по ссылке», «пока действует акция».

### **3. Проверьте действующие рекламные договоры на продвижение на запрещенных площадках**

При необходимости расторгните такие договоры.

### **4. Концепция «Витрина + Касса»:**

- Instagram становится витриной с полезным контентом.
- Telegram, VK — кассой с продажами.





## Как выявляются нарушения на практике?

Нарушения выявляются через мониторинг Роскомнадзора и Федеральной антимонопольной службы (ФАС) и жалобы клиентов, конкурентов. Окончательное решение о признании материала рекламным принимает ФАС.



## Кто несет ответственность, тот, кто заказал рекламу, или тот, кто распространял?

Ответственность несут оба лица.

### Размер штрафов за нарушения закона о рекламе предусмотрены ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ:

- физические лица: 2 000 – 2 500 ₽
- ИП и самозанятые: 4 000 – 20 000 ₽
- компании (юрлица): 100 000 – 500 000 ₽

*Штраф назначается за каждое отдельное нарушение (пост, сторис и т.д.).*

**Важно!** Старые публикации с рекламой также могут попасть под проверку, если:

- они продолжают появляться в ленте,
- совершаются их репосты,
- они находятся в закрепленных сообщениях,
- в них имеются ссылки на акции, предложения, действующие на товары после 1 сентября 2025 года.

### Реальный кейс

22 октября 2025 г. ФАС возбудило дело по признакам нарушения законодательства о рекламе ввиду размещения блогером Асей Сивоконевой в запрещенной сети Instagram видеоролика с «распаковкой» товаров косметики из «Золотого яблока». В ролике блогер завуалированно упомянул бренды Natalya Shik и Anastasia Beverly Hills и близко показал продукты.

Антимонопольный орган отметил нарушение ч. 10.7 ст. 5 и ч. 16 ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 19 ноября 2025 г. (подробнее читайте на сайте ФАС: <https://br.fas.gov.ru/to/omskoe-ufas-rossii/bb49b0bc-e342-4671-97ee-0922a80e769d/>).

**Вывод: риск привлечения к ответственности становится реальным.**

**Лучшая стратегия — создавать контент, который очевидно является информационным, а не рекламным.**

**Полезные материалы:**

Карточки ФАС:

<https://fas.gov.ru/pages/primery-reklamy-v-internete-podlezhaschey-markirovke>

Руководство ФАС:

[https://fas.gov.ru/pages/obyazatel\\_trebovaniya](https://fas.gov.ru/pages/obyazatel_trebovaniya)

Памятка ФАС:

<https://t.me/fasrussia/2792>



# КОНТАКТЫ

## ДЛЯ СВЯЗИ С НАМИ ПО ТЕМАТИКЕ МАТЕРИАЛА



**Ангелина Балакина**  
руководитель практики  
[angelina.balakina@oe.legal](mailto:angelina.balakina@oe.legal)



**Анастасия Саблина**  
юрист  
[anastasia.sablina@oe.legal](mailto:anastasia.sablina@oe.legal)

### Офис в Москве

37-й этаж, Башня Федерации  
Восток, Сити, Пресненская  
набережная, 12 Москва, 123112,  
Россия  
+7 495 324 64 43

### Офис в Белграде

Bulevar Zorana Djindjića  
101/6, Novi Belgrade,  
11070 Belgrade, Serbia  
+381 60 0122 073

Присоединяйтесь к  
нашему Telegram-каналу

