

Свод вопросов от участников книжной индустрии

В данном приложении перечислены вопросы по четырем основным категориям книжной отрасли:

- **издатели** (торговля своими [отпечатанные тиражи] книгами, либо книгами юридических лиц, входящих в одну издательскую группу) оптом, либо в розницу;
- **книготорговые компании (распространители)**, книжный ритейл, торговля книгами иных лиц;
- **сайты профильных книжных объединений, выставок и ярмарок, литературных премий, СМИ** (в т.ч. зарегистрированных как НКО);
- **авторы произведений.**

Общие вопросы (для всех категорий):

1. Должны ли блогеры и СМИ, регулярно пишущие о книгах (и чье влияние на популяризацию чтения сложно переоценить) теперь даже «редакционные» материалы маркировать (если, например, выходит рецензия об одной книге, что, безусловно, выделяет книгу на фоне прочих).
2. Требуются ли маркировка и идентификатор на баннерах, текстовых материалах с изображением, размещаемых издательством/книготорговой компанией на своем сайте, информирующих о проведении собственных/чужих/репосте мероприятий, партнерстве, проведении акции?
3. Как, кто и на основании чего отчитывается? Сроки размещения материалов, подлежащих маркировке (например, о предстоящем/прошедшем мероприятии/событии), когда снимать с размещения и надо ли это делать?
4. Каков порядок формирования тарифов операторов рекламных данных при размещении информации организацией на собственном сайте/ТГ-канале/пр. соцсети? Не усматривается ли тут нарушений антимонопольного законодательства?
5. Что является нарушением маркировки? Будут ли штрафовать за технические нарушения маркировки, если реклама зарегистрирована в установленном порядке в Роскомнадзоре?

Наиболее проблемными являются вопросы, связанные с размещением информации о товарах на своем сайте, своих группах в социальных сетях, а также формат взаимодействия с блогерами/СМИ и некнижными партнерами – все эти категории критически важны для популяризации чтения и расширения аудитории книги:

Тип площадки	Уточнение по типу контента	Вопросы, комментарии
Сайты издателей	Медийные баннеры с информацией о книгах издателя и книжных проектах – например, мероприятий и партнерств	Требуются ли маркировка и идентификатор?
	Рассылка в электронном формате по базе данных издателя (содержит текст рассылки, баннеры в тексте, видео)	Правильно ли мы понимаем, что, если рассылка идет по закрытому перечню лиц, давших согласие на рассылку (база клиентов, участвующих в программе лояльности), то маркировка не требуется? Если рассылка производится неопределенному кругу лиц, это подпадает под понятие «реклама».

		При этом группы в социальных сетях и каналы в мессенджерах содержат определенный круг лиц. Является ли публикация информации о книге/группе книг в таких группах/каналах рекламой?
Сайты книготорговых компаний (на сайте преимущественно продаются книги, как правило, это сайты офлайн-магазинов, либо сайты, где 90% ассортимента – это книги)	карточки продаваемых книг [разных издательств и юридических лиц]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Являются ли пометки в карточке книги рекламой? Например, такие: «Новинка», «Бестселлер», «Идея для подарка», «Книга месяца»? 2. Является ли выделение серии книг в отдельную категорию путем создания баннера или раздела на сайте (например, для предоставления скидки на серию) рекламой, требующей маркировки?
	баннеры с информацией о ценовых акциях, подборках и иных проектах (например, мероприятий на территории офлайн-магазинов)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Все ли без исключения баннеры являются рекламой? Либо часть из них можно считать информацией? Что в тексте баннера может определять это отличие: призывы, указание места покупки, скидки и промокоды, указание/выделение издательства, магазина, отдельного автора, серии? 2. Является ли баннер с информацией о скидке на определенный товар рекламой, требующей маркировки? В случае если да, это фактически ограничивает книгораспространителей в проведении акций.
Сайты профильных книжных объединений, выставок и ярмарок, литературных премий, СМИ	<p>Баннеры, анонсирующие отраслевые события, конкурсы, ярмарки / окологкижные события (например, музей Толстого, Пушкина, театральные постановки по произведениям («Черный Январь» по произведению А. Фадеева, которое хотели включить в школьную программу).</p> <p>Разделы с книжными новинками, тематическими книжными подборками, рецензиями на книги.</p>	Являются ли данные материалы рекламой, требующей маркировки и идентификатора? Данные материалы размещаются в целях информирования о событиях и выходе новых изданий.
Социальные сети издателя/книготорговой компании/информационного портала		
Легальные сетки/площадки Telegram, ВКонтакте, Одноклассники, Яндекс.Дзен	Обычные регулярные посты/публикации, анонсирующие собственную деятельность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Является ли рекламным объявлением размещение поста об одной книге в социальных сетях издателя/ книготорговой компании/информационного портала? Есть ли правила, разделяющие рекламу и информацию?

		<p>2. Можно ли в социальных сетях, рассказывая о книгах, размещать ссылки на карточку этого товара на собственном сайте без маркировки?</p> <p>3. Являются ли онлайн-трансляции мероприятий из магазина, выступлений авторов на выставке и т.д. в сети рекламой? Если да, то кто выступает рекламодателем (площадка/ распространитель, организатор или автор)?</p> <p>4. Являются ли видеоролики о мероприятиях, выложенные в своем канале YouTube/RuTube, рекламой? На видео есть баннеры с логотипом издателя/ книоторговой компании/информационного портала</p>
	Кросс-посты, анонсирующие деятельность партнеров/издательств и т.д.	Требуется ли маркировка, если совместный проект направлен на продвижение чтения и расширение читательской аудитории книги? Чем необходимо подтверждать инфопартнерство/совместный проект/репосты?
Блогеры		
Блогеры	Публикации постов о книгах, а также книжных мероприятиях (презентации, встречи, и т.д.) - например, выставки Московская международная книжная ярмарка, ярмарка «Non-fiction» и т.д.), размещаемые на некоммерческой основе.	Должен ли блогер маркировать такие публикации в социальных сетях и мессенджерах, если это является его основной деятельностью? Может ли блогер давать промокод (направленный на лояльность его аудитории) для покупки книги со скидкой? Может ли блогер упоминать названия издательств в постах?
Партнерства с некнижными компаниями		
	Коллаборация / некоммерческое партнерство с не профильными компаниями, направленное на взаимное расширение аудитории	Каким образом маркировать подобные коллаборации на разных площадках (упоминания в соцсетях, на сайте и т.д.), особенно, если часть договоренностей – в онлайн, часть – в офлайне?
Размещение информации о книге на странице автора		
	Пост в своих соцсетях со ссылкой на покупку своей книги/скриншотом магазина	Нужно ли маркировать и указывать идентификатор в таком случае?