



Запреты на рекламу в соцсетях с 1 сентября 2025 года: что делать и как быть?

Люся Лазебная, организатор Всероссийской конференции для руководителей танцевальных и
спортивных школ

Новые требования законодательства РФ

Обязательно знать всем, кто работает в соцсетях!

Новые правила касаются всех пользователей, которые ведут коммерческую деятельность в социальных сетях, независимо от масштаба и формы организации бизнеса.



Важно! Facebook и Instagram* для рекламы использовать нельзя!

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой в РФ)

Для других социальных сетей введены **новые правила по маркировке рекламы**.

За нарушение этих правил предусмотрены штрафы!

Закон о рекламе

Новые изменения

⊗ Эти требования вступают в силу с 1.09.2025



Размещать рекламу в соцсетях компании Facebook, Threads и Instagram* нельзя.



Запрещено демонстрировать логотипы и названия Meta, Threads, Facebook и Instagram*

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой на территории РФ)

Штрафы за нарушение

2 000 – 2 500 ₽

Физические лица

Штраф для обычных пользователей социальных сетей, нарушающих требования закона

4 000 – 20 000 ₽

Индивидуальные предприниматели

Штраф для ИП, размещающих запрещенную рекламу

100 000 – 500 000 ₽

Юридические лица

Штраф для компаний и организаций за нарушение требований закона

Возможно, при первом нарушении будет вынесено предупреждение.

Важно!

Пользоваться соцсетями Facebook и
Instagram* можно

Размещать в них рекламу – нельзя!

Площадку покидать не нужно, она становится витриной.

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой на территории РФ)

Что является рекламой?

Объект рекламирования

Продукт, компания, событие, услуги,
логотипы и т.д.

Неопределенный круг лиц

Информация предназначена не
конкретному человеку, а кому угодно

Привлечение внимания

Информация привлекает внимание к
объекту рекламирования в широком
смысле (демонстрация, описание,
рассказ с целью вызвать интерес к
товару, услуге, даже без призыва купить)

Согласно закону, реклама - это 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.

Запрещено

Размещение платной рекламы: покупка рекламы для себя или репосты чужой рекламы

Указание ссылок на магазин, даже без призывов

Чрезмерный восторг в отзыве

Продвижение самих соцсетей (призывы к подписке НА ДРУГИХ РЕСУРСАХ, приглашение переходить, размещение лого Facebook и Instagram* и т.д.)

Размещение реферальных ссылок, промокодов

Призывы купить, зарегистрироваться, что-то написать, чтобы получить бесплатный продукт

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой на территории РФ)

Что означает «привлечение внимания»?

Не используйте "рекламные" слова!



Бесплатно, Оплата, Деньги, Цена, Скидки,
Прайс, Распродажа, Выгода, Бонус



Покупай, Записывайтесь, Бронируйте,
Бронируй, Добавь в корзину, Оформить
заказ, Оставляй заявку



Суперпредложение, Не упустите, По
акции, Мест нет, Успей пока выгодно,
Только сегодня

Использование данных слов и выражений в контексте продвижения товаров или услуг может быть расценено как реклама, что запрещено в социальных сетях Facebook и Instagram*.

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой на территории РФ)

Что использовать вместо привычных «рекламных» слов?

Альтернативы призывам

- выбирай
- я нашла для тебя
- держи
- пиши, расскажу свой опыт

Альтернативы наличию

- доступно
- приготовили
- сейчас есть
- можешь взять сейчас

Альтернативы ценовым предложениям

- сейчас действуют особые условия
- поймала хороший момент
- "всего ничего"

Альтернативы срочности

- хороший повод посмотреть
- удачный момент
- удачное время

Используйте эти альтернативные выражения для коммуникации с аудиторией, не нарушая требования законодательства.

Как запреты не нарушить?



Личный опыт

Делитесь только своим личным опытом, эмоциями и впечатлениями. Используйте социальные сети как средство общения (для личной переписки с клиентами).



Лайфстайл

Размещайте фото/видео из своей жизни: общение с близкими, путешествия, хобби, рецепты, занятия фитнесом и т.д.



Саморазвитие

Рассказывайте о себе не как о "продавце", а как о человеке, который стремится к развитию и самосовершенствованию.



Эмоции

Снимайте сторис не о продукте, а о собственных чувствах и впечатлениях от него (без рекламы).



Мотивация

Мотивируйте подписчиков своими достижениями.



Контекст использования

Демонстрируйте продукт в вашей повседневной жизни или в контексте использования, не акцентируя на нем внимание и не подчеркивая его достоинств/преимуществ.

FAQ

Часто задаваемые вопросы о переходном периоде

“

Разрешено ли размещать рекламу до 01.09.2025?

Официально запрет на размещение вводится с 1 сентября. Рекомендуется прекратить размещение уже сейчас.

”

“

За рекламу в Instagram, размещенную до 1 сентября будут штрафовать?

Нарушением будут считаться только посты, опубликованные с 1 сентября 2025 года включительно.

”

“

Нужно ли удалять посты с рекламой, размещенные до 1 сентября?

Формально допускается оставить посты с рекламой, размещенные до 1.09.2025 г., но нельзя возвращать к ним подписчиков, то есть:

- Закреплять такие посты, давать на них ссылку в открытом доступе
- Делать репосты старых рекламных постов

”

FAQ

Часто задаваемые вопросы о содержании профиля

 **! Сообщения должны носить информационный, а не коммерческий характер!**

Можно ли в Instagram упоминать о том, что я партнер бренда?

Можно, без призывов к покупкам, регистрациям, акциям и т.д.
Допускается рассказывать о вашем lifestyle с брендом и личном опыте.

Без отметок, ссылок, акценте на переходах в профиль.

Что можно размещать в шапке профиля в Instagram*?

Можно: краткую инфо о себе, ссылки на свои аккаунты в других соцсетях или контакт WhatsApp

Нельзя: реферальные ссылки, призывы к регистрации, "рекламные" слова и выражения, ссылки на интернет-магазин.

*Принадлежит компании Мета (признана экстремистской и запрещённой в РФ)

FAQ

Дополнительные вопросы

“

Можно ли призывать переходить и подписываться на мой аккаунт в другой соцсети?

Можно. Запрет распространяется только на Instagram и Facebook*.

”

“

Если у меня закрытый профиль в Instagram*, я могу продолжать размещать рекламу?

Официальной информации на этот счет нет. Продолжать не рекомендуется.

”

“

Нужно ли выполнять эти требования, если я живу за границей?

Да. Если рекламируете или размещаете сообщение для российской аудитории соблюдение требований обязательно.

”

“

Касаются ли нововведения только Instagram или это для всех соцсетей?

Только для Meta. Но в других соцсетях нужно маркировать всю рекламу.

”

“

Является ли презентация своих услуг запрещенной?

Информировать о своих услугах можно! НО! Если вы руководитель студии, то рекламировать аккаунт студии нельзя. Сделайте ссылку на аккаунт студии в шапке профиля. Нет триггеров, призывов, ограничений. Информация подаётся спокойно.

”

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой в РФ)

Как закон не нарушить?

- Удалите или скройте все старые откровенно рекламные или неактуальные посты, сторис, рилсы, размещённые в Instagram* или Facebook*, чтобы они не попадали под проверку. Проверьте все закрепы!
- Публикуйте контент который не попадает под определение рекламы.
- Ссылки, хэштеги, @упоминания и QR-коды, если они привлекают интерес к аккаунту могут быть квалифицированы как реклама (или как распространение рекламы/ привлечение на запрещённую платформу). Риск высокий — лучше их удалить.

- Не размещайте прямую рекламу: уберите из текста призывы к действию, не размещайте цены, ссылки, формы записи, не упоминайте бренд или товар в контексте продаж.
- Используйте сторителлинг, закулисы, процесс, делитесь эмоциями, опытом, но без призыва купить. Скрытие поста не является гарантией.
- Переходите на другие площадки: Используйте Telegram, VK, Rutube, собственный сайт, email-рассылки.

*Принадлежат компании Мета (признана экстремистской и запрещённой в РФ)

Подготовьтесь к 1.09.2025 заранее!

01

Проверьте шапку профиля — должны быть только информационные сообщения, без коммерции!

02

Проверьте, не закреплены ли у вас рекламные посты

03

Уберите все реферальные ссылки

04

Уберите все хештеги

01

Проверьте Taplink

02

Заведите аккаунт в VK или другой соцсети, на которую не распространяются ограничения

03

Начните переводить туда своих подписчиков

Заблаговременная подготовка поможет избежать проблем и штрафов после вступления закона в силу. Начните адаптировать свои профили уже сейчас.

Требование Закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

⚠ Если на любой из ваших аккаунтов в соцсетях подписано свыше 10 000 человек, то нужно предоставить сведения о себе в Роскомнадзор.

Что для этого нужно?

1

Данные об аккаунте

Адрес и наименование страницы в
соцсети / канала в TG

2

Контактная информация

ФИО, контакты (телефон, e-mail)

3

Идентификационные данные

Паспортные данные (для физлиц) или
реквизиты (для ИП / юрлиц)

На сайте Роскомнадзора или Госуслуг отправить в ведомство указанную выше информацию.

Что будет, если канал/аккаунт не зарегистрирован в РКН?

Запрет на рекламу

Нельзя размещать рекламу от других лиц
(штрафы для физлица 2000–2500₽, для
ИП – 4000–20 000₽)

Запрет на репосты

С такого канала/аккаунта запрещены
репосты

Блокировка

Блокировка канала/аккаунта при
повторных нарушениях

Закон «О персональных данных»

Требование Закона о персональных данных нужно соблюдать, если вы



Работодатель

Нанимаете сотрудников (получаете от них ИНН, СНИЛС, телефон, e-mail, данные о близких и т.д.)



Заключаете договоры

Заключаете договоры с физическими лицами (получаете ФИО, паспортные данные, телефонные номера и т.д.)



Используете автоматизацию

Используете для сбора, обработки, хранения получаемых персональных данных компьютер или смартфон, с программами CRM, 1С, Excel и т.п.

 В этом случае закон определяет вас как оператора персональных данных (ОПД)

Всем ОПД нужно подать уведомление о намерении осуществлять обработку персональных данных в Роскомнадзор!

ХОРОШИЕ НОВОСТИ

1. Ваши преподаватели и тренеры в очередной раз хорошо подумают, прежде открывать свою школу и уводить ваших клиентов
2. Работа с разными воронками кратно увеличивает поток клиентов и доход. Наконец-то займёмся сайтами
3. Если вы работаете системно, то обойдёте конкурентов! Лицензирование, маркировка, договоры с тренерами, оферта/договоры с клиентами, регистрация торговых знаков, сбор данных только на разрешенных сервисах, персональные данные, рекламный сбор — это всё зона роста!
4. МОЖНО — охваты, поддержание интереса, информирование, прайсы, расписание, новые наборы, визуал, сторител
5. UGC — контент от клиентов. Стимулируйте отметки, оформляйте фотозоны
6. EGC — контент от лица команды. Закулисье, внутренние процессы
7. Офлайн присутствие
8. Объясните клиентам, как писать отзывы
9. Если вы зарабатываете на рекламе: ОКВЭД для блогеров, регистрация в РКН (если больше 10.000 подписчиков), маркировка, налоги с рекламных доходов, рекламный сбор 3%

Спасибо за внимание!

Чтобы разобраться во всём системно и
обезопасить себя и свой бизнес (кликабельно):

[Записаться на консультацию](#)

[Записаться на офлайн встречу в Новосибирске \(18 октября\)](#)

[Онлайн-курс Учитель Танцев для руководителей танцевальных студий и преподавателей](#)