

# Дисклеймер

С 1 сентября 2022 года вступили в силу поправки в закон о рекламе об идентификации и маркировке Интернет-рекламы. Мы изучили все официальные и неофициальные разъяснения Роскомнадзора и иных государственных органов к моменту запуска новой реальности и подготовили обзор ключевых моментов с учетом возможных вопросов по их применению для бизнеса.

Практический порядок применения изменений официально не регламентирован, однако Роскомнадзор ведет прямой диалог с рекламным сообществом, юристами в формате «вопросответ» и дает рекомендации для понимания закона. В обзоре мы рассказали о таких рекомендациях и предполагаемой механике действия нового регулирования, которые с большой вероятностью, на наш взгляд, в дальнейшем будут закреплены в официальных разъяснениях.

Однако формально, такие рекомендации не имеют юридической силы и служат лишь ориентиром в отсутствии какого-либо официального ответа на все стоящие перед бизнесом вопросы.

Обзор актуален на 01.09.2022

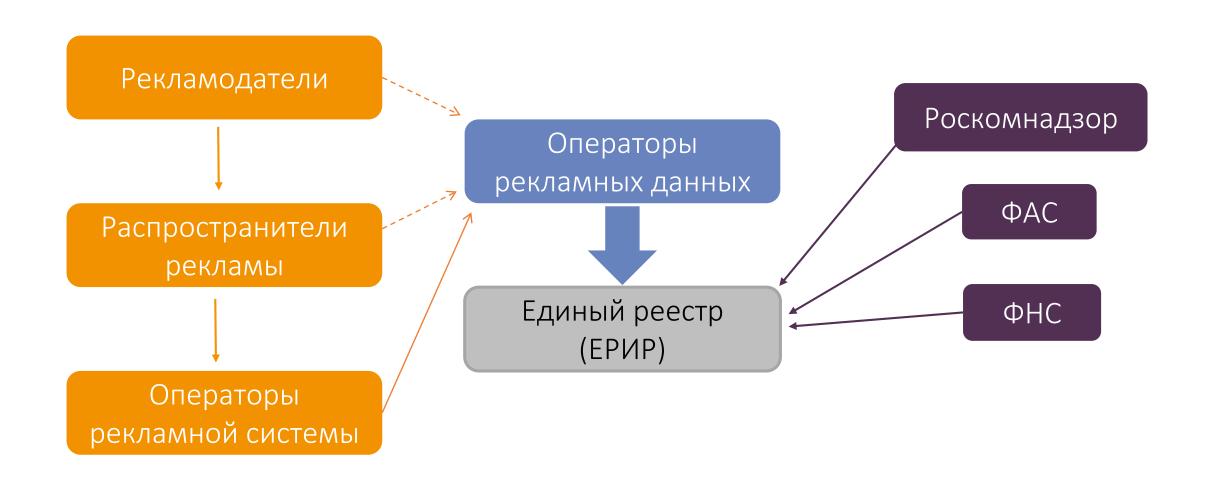
# Оглавление

Кратко о реформе Интернет-рекламы	Ответственные за передачу данных ОРД
Схема обмена информацией	Доступ к данным в ЕРИР
Новые участники в процессе размещения рекламы	<u>Конфиденциальность</u>
Подконтрольные участники рынка	Старт реформы
Подконтрольная реклама	Информация от ОРД
<u>Исключения</u>	Ответственность
Новые требования к рекламе	<u>Чек-лист</u>
Маркировка рекламы	<u>Регулирование</u>
Идентификация рекламы	О компании
Отчет о рекламе	

# Кратко о реформе Интернет-рекламы

- Роскомнадзор (РКН) будет следить за рекламой (рекламными креативами) в Интернете: вести ее учет, хранить информацию о ней, а также о рекламодателях, рекламораспространителях и операторах рекламных систем
   Создается единый реестр Интернет-рекламы (ЕРИР), в который необходимо предоставлять информацию обо всех случаях распространения рекламы
- □ Перед размещением Интернет-рекламы нужно направить рекламу и информацию о ней оператору рекламных данных (СРД) или кандидату в операторы рекламных данных (КОРД) и получить 32-значный идентификатор, который встраивается в ссылку рекламы
- В течение месяца, следующего за отчетным (в котором размещалась реклама), в ЕРИР должна быть представлена подробная информация о прошедших в прошлом месяце рекламных кампаниях (сведения о просмотрах, о стоимости и др.)
- Вся реклама должна быть промаркирована специальной отметкой: «Реклама» и содержать информацию о рекламодателе и/или ссылку на его официальный сайт
- Участники рекламного рынка и контролирующие органы (РКН, ФАС, ФНС) смогут получить из ЕРИР информацию о всей цепочке распространения рекламы

# Схема обмена информацией



# Новые участники в процессе размещения рекламы

<b>ОРД –</b> оператор рекламных данных	Кандидаты в ОРД (КОРД):  Яндекс  МТС  В Контакте  АmberData  ОZON  Билайн  Сбербанк  К октябрю/ноябрю 2022 кандидатам присвоят официальный статус в РКН.	ОРД — посредник между Роскомнадзором (ЕРИР) и участниками рынка.  ОРД будет выдавать участникам рынка идентификаторы и регистрировать рекламный креатив в ЕРИР.  С 01.03.2023 на ОРД будет дополнительно возложена функция по мониторингу и анализу распространенной рекламы и по контролю участников рынка за достоверностью предоставляемых сведений.	Данные хранятся у ОРД не менее 1 года
<b>ЕРИР</b> — единый реестр Интернет-рекламы	Ссылка на ЕРИР появится на официальном сайте РКН на странице «Учет рекламы в сети Интернет».	Информационная система учета Интернет-рекламы. Доступ к информации предоставляется РКН, ФНС, ФАС и в перспективе другим органам.	Данные в ЕРИР хранятся 5 лет

## Подконтрольные участники рынка

РД	Рекламодатели	Любой бизнес* как российский, так и иностранный, который ставит задачу для рекламы его продукции, услуг
PP	Рекламораспространители	Блогеры, агентства**, социальные сети, аудиовизуальные сервисы, новостные агрегаторы, организаторы сервисов обмена мгновенными сообщениями — площадки для размещения рекламы, то есть все те, кто организует распространение рекламы или непосредственно ее размещает
OPC	Операторы рекламных систем	Обеспечивают функционирование рекламной системы. Сайты, программы, которые организуют распространение Интернетрекламы, например, Яндекс. Директ

<sup>\*</sup> РД, РР, ОРС могут быть как физические, так и юридические лица, иностранные организации. РР/ОРС могут быть и госструктуры.

<sup>\*\*</sup> В законе прямо не названы агентства, однако РКН указывает, что будет оценивать их фактическую деятельность и определять как РД или РР. РКН полагает, что агентства чаще будут РР.

### Подконтрольные участники рынка

### Кого не будут затрагивать изменения?

□ Согласно позиции РКН, тех, кто не определяет содержание рекламы, не занимается организацией распространения рекламы.

Последствия: предполагается, что больше всего изменения затронут агентства, площадки для размещения рекламы — PP, OPC, так как нагрузка на предоставление отчетности, заполнение личных кабинетов у OPД ляжет именно на них. Однако OPД и PKH стремятся к автоматизации процессов при реализации законопроектов. Рекламодателей нововведения затронут в меньшей степени, если они не размещают рекламу самостоятельно, без посредников. Рекламодателям необходимо лишь грамотно оформить договорные отношения с PP и OPC, переложив на них обязанность по предоставлению отчетности, регистрации и маркировке рекламы.

### Подконтрольная реклама

Изменения касаются любой рекламы, распространяемой в любых формах в Интернете как оплачиваемой, так и неоплачиваемой, которая направлена на привлечение внимания российских граждан (за рядом исключений).

Следует следить за тем, куда распространяется реклама. Если потенциально есть риск, что она будет привлекать российских граждан, то необходимо соблюдать новые положения.

#### Напомним, что реклама\* это:

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

<sup>\*</sup> Статья 3 Ф3 от 13.03.2006 № 38-Ф3 «О рекламе».

### Подконтрольная реклама

Соблюдать новые правила нужно в отношении любых форматов Интернет-рекламы:



### Исключения

### Закон не будет на вас распространяться, если вы:

- размещаете то, что не является рекламой по смыслу п. 2 ст. 2 Закона о рекламе, в том числе:
   справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие основной цели продвижение товара и не являющиеся социальной рекламой
   информацию, которая распространяется на своем сайте для информирования покупателей о своей продукции (кроме случаев, когда часть товаров явно выделяется среди других: цветом, баннером т.п.)
   вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера
  - информацию о товаре его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке
  - объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности и др.

### Исключения

### Закон не будет на вас распространяться, если вы:

- □ обладаете исключительным правом на объекты рекламирования и/или являетесь изготовителем/продавцом товаров, и вы поручили за вас предоставлять информацию о рекламе РР или ОРС, закрепили это в договоре (если в договоре нет, автоматически обязанность не возникает)
- распространяете социальную рекламу (для нее предусмотрено отдельное регулирование)
- □ распространяете сведения о рекламе в составе теле-/радиопрограмм, теле-/радиопередач, если они размещаются без изменения в Интернете (например, если во время трансляции спортивного мероприятия виден рекламный баннер, а затем трансляция была загружена на YouTube)

# Закон не будет на вас распространяться в части идентификации рекламы и отчетности, но нужно будет установить маркировку, если вы:

рекламируете свои товары, работы, услуги (или своей группы лиц) в рамках закрытой базы данных своих клиентов по email-рассылкам или в виде push-уведомлений. В такое исключение, на наш взгляд, можно включить и закрытые телеграмм каналы, группы ВК или WhatsApp со своей базой клиентов, куда не может зайти любой пользователь – позиция неофициально подтверждена РКН

# Новые требования к рекламе

### Вводятся 3 ключевых изменения:

- рекламу нужно маркировать
- рекламе нужно присваивать идентификатор
- о рекламе нужно отчитываться

Маркировка

Оформляет и наносит РД/РР/РА/ОРС

Идентификация

Выдает ОРД, добавляет в ссылку на креатив РД/РР/РА/ОРС

«Реклама от ООО «Компания», www.ko.ru»

0 – дата регистрации, 1 - номер ОРД + уникальный номер креатива

### Маркировка рекламы

Каждый рекламный креатив должен информировать о том, что это «реклама».

В тексте публикации, на картинке, в сторис и т.д. должна быть пометка «реклама», дана информация о рекламодателе и/или ссылка на его сайт. Использовать закон предписывает именно слово «реклама», формулировки «ad», «интеграция» и иные — не подходят.

### Пример формулировки: «Реклама от ООО «Компания», www.ko.ru»

Если это аудиокреатив, видеокреатив, то такая информация может быть дана в описании к ролику или в тексте самого ролика. Варианты размещения могут быть разными, важно, чтобы информация была и не скрывалась от «потребителей» рекламы.

# Идентификация рекламы

Идентификатор выдается ОРД по запросу. Любой участник цепочки распространения рекламы может запросить такой идентификатор как РД, так и РР, ОРС. Роскомнадзор полагает, что такие данные будут получаться РР.

- Идентификатор встраивается в кликовую ссылку на рекламу. ОРС, через которого размещается реклама, будет самостоятельно включать идентификационный номер в ссылку на нее. Если реклама размещается без посредников, то нужно внести изменения в код сайтов для проставления маркировки или в меню программы adChoice.
- Даже если идентификатор технически невозможно разместить, зарегистрировать рекламу все равно необходимо через ОРД.

## Идентификация рекламы

### Идентификатор получается на каждый креатив, в частности:

- 🔲 если реклама была размещена до 01.09.2022 и продолжает размещаться после 01.09.2022
- креатив размещается с помощью DCO, регистрировать нужно каждый креатив, который подгружается для прокрутки (даже если их 1000 и более)
- изменили зарегистрированный креатив, дополнили его получаете новый идентификатор
- креатив размещается в реальном времени (трансляции, онлайн-вебинары с рекламой и др.)\*, после завершения эфира регистрируете креатив, встраиваете идентификатор в ссылку к видео
- если вы даете ссылку на сторонний сайт партнеров, и такое размещение является рекламой, то нужно также получать идентификатор

<sup>\*</sup> РКН уточняет, что не нужно получать отдельно идентификатор на видеоролик и описание к нему — это будет считаться единым креативом, регистрируется под один идентификатор. Также если креатив делается совместно двумя компаниями (кобрендинг), то его не нужно регистрировать два раз. Идентификатор присваивается один раз.

### Отчет о рекламе



О рекламе, на которую получается идентификатор, в ЕРИР необходимо предоставить отчетность.

В ЕРИР должна быть передана информация обо всех участниках цепочки распространения рекламы, обо всей размещаемой рекламе, а также раскрыта информация об условиях, на которых такая реклама распространяется (договор, просмотры, стоимость рекламной кампании) и др.

Все данные передаются через ОРД. Напрямую загрузить информацию в ЕРИР нельзя. Удалить данные из ЕРИР невозможно, только внести изменения.

### Отчет о рекламе

# До запуска рекламы

- Образцы креативов для регистрации
- Первичная информация о рекламодателе (ИНН или номер телефона)
- Информация о договоре с рекламодателем (ИНН сторон, номер, дата)\*
- Подробная информация обо всех **участниках** цепочки распространения рекламы (основные сведения из ЕГРЮЛ)

В течение следующего месяца, за месяцем в котором была размещена реклама (отчетный месяц)

- Подробная информация о креативах: текстовое описание; срок рекламной кампании; тип рекламной компании в зависимости от особенностей формирования стоимости; площадки размещения рекламы (сайт, программа) и их идентификационные данные; показы; форма распространения рекламы; параметры аудитории
- Информация о **договорах** (доп. соглашениях) между всеми участниками: дата и номер (при наличии), стороны, предмет, цена (может не быть), параметры аудитории (может не быть)
- **Акты** с указанием: общей цены и разбивкой по стоимости для отдельных единицы оказанной услуги по каждому креативу; фактического объема оказанных услуг для рекламодателя; тип рекламной кампании; параметров охваченной аудитории; идентификатора

<sup>\*</sup> Единой позиции о том, что необходимо предоставить до запуска рекламы на данный момент нет. РКН в неофициальных разъяснениях предлагает предоставлять всю информацию о договоре с конечным РД до запуска рекламы, тогда как функционал ОРД позволяет получить идентификатор с минимальными данными, без информации о договоре.

<sup>\*\*</sup> Полный перечень с подробностями можно найти в Распоряжении Правительства РФ от 30.05.2022 № 1362-р.

### Отчет о рекламе

### Акт к договору ≠ акт для ОРД

Предполагается, что ОРД разместит единую форму для заполнения акта в своей программе, куда нужно будет внести всю информацию.

Сканы договоров и актов загружать не требуется. ОРД предоставят специальную анкету для заполнения, где будут выделены обязательные поля.

В актах следует указывать только ту информацию, которая касается распространяемой рекламы. Если по договору были оказаны какие-то иные услуги, то их необходимо выделять из акта. Например, в рамках одного договора часть суммы шла на размещение рекламы, а часть суммы на иные услуги агентства, не связанные с этой рекламой. При этом в договоре указана единая сумма. В акте нужно выделить из цены стоимость услуг по рекламе, в противном случае РКН будет считать, что вся стоимость по договору = стоимость рекламы.

# Ответственные за передачу данных ОРД

### Варианты цепочек распространения рекламы:

Каждый участник цепочки отвечает за предоставление той информации, которая относится к его ведению, его действиям с рекламой. Обязанность по передаче информации лежит на исполнителе по договору. За другими участниками цепочки проверять обязанности нет, они несут ответственность самостоятельно.

### При передаче своих данных каждый участник должен указать номер изначального договора с РД.

РКН уточняет, что обязанность по раскрытию информации о финансовых поступлениях и всех подробностях о рекламном креативе лежит на том, кто регистрировал креатив до запуска рекламы (получал идентификатор).

## Ответственные за передачу данных ОРД

РКН не важно кто предоставит информацию ОРД. Отвечать за непредставление данных будет тот, кто был обязан их предоставить.

Единственный, кто полностью может снять с себя именно ответственность за то, что сведения о нем не были предоставлены в ЕРИР третьими лицами это:

- рекламодатель
- обладающий исключительным правом на объекты рекламирования и/или являющийся изготовителем или продавцом товаров, реклама которых заказывается
- у которого в договоре прямо прописано, что обязанность перекладывается на другого участника цепочки

Например, в цепочке РД — РР — ОРС — ОРД, РД может обязать РР (в т.ч. рекламное агентство), которое за него должно передать требуемую информацию ОРД.

## Ответственные за передачу данных ОРД



В иных ситуациях каждый участник цепочки распространения рекламы сам отвечает за свои данные. Даже в ситуациях, когда участник перераспределил такую обязанность.

Например, в цепочке РД — РР1 (агентство) — РР2 (блогер) — ОРД, РР2 договорился с РР1, что последний предоставит о нем все сведения в ОРД, но РР1 не сделал этого. Перед РКН будет отвечать именно РР2. Чтобы избежать денежных потерь, следует в договоре между РР1 и РР2 предусмотреть, что РР1 в случае неисполнения обязательства, возместит все возникшие на стороне РР2 убытки в размере начисленных штрафов или установить штраф, стимулирующий исполнение.

# Доступ к данным в ЕРИР

Каждый участник получит доступ к той информации, которая относится к нему непосредственно.

РР/РД/ОРС	<ul><li>идентификатор рекламы</li><li>подробная информация о креативе</li></ul>
	<ul> <li>информация о договорах, которые были заключены в отношении его рекламы как с его участием, так и без — между другими участниками цепочки распространения рекламы (например, между РР и ОРС или между РР1 и РР2)</li> </ul>
РД	РД будет доступна конечная сумма по договорам, которая дошла до площадки размещения рекламы, сумма по всем актам, статистика по показам рекламы
	РКН утверждает, что информация о договорах между РР1 и РР2, где РД не участник, будет представлена минимальная— ИНН, номер, дата
PP/OPC	<ul> <li>информация о договорах, в которых PP/OPC участник</li> </ul>

## Доступ к данным в ЕРИР

Информация будет доступна в личных кабинетах ЕРИР\* при регистрации через портал «Госуслуги»\*\*.

**Последствия:** теперь намного проще будет найти ответчика по иску, отследить, как работает рекламное агентство, проверить какие бюджеты и куда уходят.

<sup>\*</sup> Сведения от ОРД поступают в ЕРИР и могут быть опубликованы не сразу, а течение 3 рабочих дней.

<sup>\*\*</sup> Доступ иностранных компаний к ЕРИР в проработке

# Конфиденциальность

Перед запуском новой системы отчетности с точки зрения передачи конфиденциальной информации необходимо:

- включить в действующие договоры и типовые шаблоны договоров условие о том в каком объеме и для каких целей контрагент может передавать конфиденциальную информацию третьим лицам (сведения о цене договора, его предмете и т.д., а также право на предоставление, обработку таких данных ОРД), чтобы выполнить обязанность по передаче данных в ОРД
- дополнить внутренние положения о конфиденциальной информации, проинструктировать сотрудников о том, какие данные могут быть раскрыты в силу необходимости передавать их ОРД
- предоставить ОРД право передавать конфиденциальные данные в ЕРИР (должно быть в оферте от ОРД)

Кроме того, передача данных ОРД, как утверждает РКН, может быть квалифицирована как предоставление сведений ввиду законодательства или требований органов власти, что не нарушает соглашение о конфиденциальности. Однако пока такое положение официально не закреплено, чтобы избежать конфликтов с контрагентами, рекомендуем провести аудит действующих договоров и дополнить их.

# Старт реформы



Несмотря на то что КОРД еще не успели получить официальный статус, они готовы присваивать идентификаторы.

Мы рекомендуем выбрать один или несколько КОРД для сотрудничества и обратиться к ним для заключения договора.

Для маркировки рекламы никаких препятствий нет.

# Информация от ОРД

Яндекс	Обучающие материалы и инструкции, видео инструкции	https://yandex.ru/adv/ad-labeling?menu=open
Вконтакте	Инструкция по взаимодействию с ОРД, видео инструкция	https://vk.com/@business-zakon-o-reklame https://vk.com/wall-212221031_397
Медиаскаут	Сайт и инструкция по взаимодействию с ОРД, публичная оферта, тарифы	https://www.mediascout.ru https://www.mediascout.ru/for_docs/Tarif.pdf
AmberData	Информация о деятельности	https://amberdata.ru/orda/

Стоимость услуг ОРД: в новостных публикациях и на круглых столах представителей ОРД уточняют, что работа ОРД до конца 2022 года будет бесплатной, либо плата будет символической. Со следующего года плата может составлять 1% от конечной стоимости размещения на площадке.

Рекомендуем прописать в договорах о сотрудничестве между РД, РР, ОРС пункт о том, кто будет оплачивать услуги ОРД. Отсутствие четкого условия может стать основанием для задержки работы, например, со стороны рекламного агентства.

### Ответственность

Новые изменения предусматривают обязанность для всех участников цепочки распространения рекламы нести ответственность за полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления информации в Роскомнадзор.

**Сегодня** — специальная ответственность не установлена. РКН утверждают, что за идентификацию и отчетность по рекламе до марта 2023 года штрафовать не будут, нет специальных положений.

Со стороны ФАС применима **ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ** (как минимум за отсутствие маркировки) в виде штрафа на граждан от 2 тыс. до 2,5 тыс. рублей, должностные лица от 4 тыс. до 20 тыс. рублей, а на юридические лица от 100 тыс. до 500 тыс. рублей.

Не исключено, что информация из ЕРИР будет использована для налогового контроля. Что влечет риск доначисления налога, если будут обнаружены расхождения в данных ФНС и ЕРИР. ФНС может не признать расходы без корректного учета всей рекламы в ЕРИР, доначислить налог, взыскать пени и штрафы — на наш взгляд, такой риск незначительный без внесения изменений в НК РФ.

К марту 2023 года — разработают специальные составы со стороны РКН.

### Чек-лист

Обратиться к ОРД (на данный момент КОРД) и заключить с ними договор Определить, являются ли распространяемые материалы рекламой или нет, относятся ли к исключениям Разместить на рекламном материале отметку «Реклама» и данные о РД Получить на каждый рекламный материал в ОРД/КОРД идентификационный номер или возложить на РР, ОРС обязанность получить идентификатор (прописать в договоре) Разместить идентификационный номер внутри ссылки на рекламу (переложить эту обязанность на РР/ОРС) Завести личный кабинет в ЕРИР Определить, кто будет передавать информацию о рекламе ОРД (самостоятельно или через агентство, специальные сервисы) В течение месяца после отчетного периода, в котором реклама была распространена, в ЕРИР передать подробную информацию о всех участниках цепочки распространения, рекламе, договорах и раскрывающих актах

### Регулирование

### Официальные нормативные акты, регулирующие новые изменения для РД/РР/ОРС

Наименование акта	О чем акт?
Федеральный закон от 13.03.2006 № 38- Ф3 «О рекламе»	Закон, в который вносятся изменения. По тексту обзора— «Закон о рекламе». В законе содержится определение «рекламы» и перечень исключений, которые рекламой признаваться не будут.
Федеральный закон от 02.07.2021 № 347- ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»	Дополняет Закон о рекламе новыми требованиями о маркировке и идентификации, определяет случаи-исключения, на кого новые положения распространяться не будут.
Приказ Роскомнадзора 11.04.2022 № 62	В основном касается ОРД— определяет порядок ведения ЕРИР. Содержит срок для публикации данных в ЕРИР.
Приказ Роскомнадзора 11.04.2022 № 63	Определяет объем информации, к которой у участников цепочки распространения рекламы будет доступ, порядок предоставления такого доступа, порядок оформления запросов для доступа.

<sup>\*</sup> В перечень не включены акты, касающиеся регламентации деятельности ОРД. Акты РКН и Правительства РФ вступают в силу с 01.09.2022 и действуют до 01.09.2028. Изменения в Закон о рекламе вступают в силу с 01.09.2022.

### Регулирование

### Официальные нормативные акты, регулирующие новые изменения для РД/РР/ОРС

Наименование акта	О чем акт?
Приказ Роскомнадзора от 11.04.2022 № 64	В основном касается ОРД — определяет требования к ПО для сбора информации. Содержит информацию об идентификаторе.
Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 № 948	Определены субъекты, которые должны передавать информацию в ЕРИР и исключения.
Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 969	Касается скорее взаимодействия между РКН и ФАС, ФНС. Закрепляет возможность передачи информации в ФАС и ФНС.
Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 974	Определяет общие правила взаимодействия РКН с ОРД и участниками цепочки распространения рекламы, сроки предоставления данных.
Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 № 1362-р	Утвержден перечень данных, которые нужно передавать в ЕРИР и случаи исключений.

### Регулирование

### Неофициальные разъяснения от РКН

- АКАР и АРИР совместно с Роскомнадзором подготовили «Руководство для рекламодателей по подготовке к маркировке Интернет-рекламы и вступлению в силу изменений в закон «О рекламе» с 1 сентября 2022 года»
  - Источник: <a href="https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/07/arir22\_wp\_about\_advertising.pdf">https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/07/arir22\_wp\_about\_advertising.pdf</a>
- Ответы на вопросы от Роскомнадзора (подготовлено АРИР): «РНК разъясняет порядок учета Интернет-Рекламы»
  - Источник: <a href="https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/08/arir22">https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2022/08/arir22</a> rkn.pdf

### Контактные данные



Кирилл Саськов

Партнер, Руководитель корпоративной и арбитражной практики АБ «Качкин и Партнеры»

kirill.saskov@kachkin.ru
+7 812 602 0225
www.kachkin.ru



Андрей Алексейчук

Старший юрист практики по интеллектуальной собственности/ информационным технологиям АБ «Качкин и Партнеры»

andrey.alekseychuk@kachkin.ru +7 812 602 0225 www.kachkin.ru