

Как избежать оборотных штрафов по 152-ФЗ и не сломать маркетинг: объясняют эксперты рынка, юристы и представители e-commerce

Дата и время: 30 июня 2025 12:00 - 14:00

Формат: онлайн

Площадка: Bizon 365

Для кого:

- Владельцы и руководители малого и среднего бизнеса
- Маркетологи и CRM-команды (e-commerce, digital, агентства)
- IT-специалисты и продуктовые команды – отвечают за системы хранения, аналитику, интеграции
- Юристы компаний и руководители профильных департаментов

Программа:

12:00 – 12:05 Открытие вебинара

Модератор - Анна Балашова, руководитель отдела телекоммуникаций, РБК

12:05 – 12:20 Ангелина Балакина, руководитель практики юридической компании Орлова\Ермоленко

«Что изменилось в 152-ФЗ: кого касается, что грозит, и как не попасть под штраф»

- Кто обязан подать уведомление?
- Что Роскомнадзор будет проверять?
- Какие нарушения встречаются чаще всего (из практики у разных бизнесов, собственно почему новые изменения и ввели)?

5 мин на ответы на вопросы

12:25 - 12:55 «Как привести компанию в соответствие с законом: пошаговые действия»

- Какие действия обязательны для компаний любого масштаба
- Как правильно оформить согласия, уведомления, назначить ответственного
- Как не нарушить закон при обработке персональных данных на сайте компании
- Как передавать персональные данные другому оператору для самостоятельной обработки: договорное сопровождение, сложности и типовые кейсы
- Какая административная ответственность за нарушения законодательства о персональных данных и что следует учесть в 2025 году

10 мин на ответы на вопросы

13:05 – 13:30 Глеб Кашеев, генеральный директор омниканальной CDP (Customer Data Platform) Sendsay. Основатель Ассоциации компаний по защите и хранению персональных данных

Тема: «Как изменения в 152-ФЗ скажутся на маркетинге: от форм до рассылок»

- Риски для малого и среднего бизнеса в области сохранности данных при использовании облачных сервисов
- Как подготовиться к уведомлению в Роскомнадзор: как правильно данные собирать. Почему «серые» базы и зарубежные сервисы — зона риска: Как определить, что сервис, который вы используете российский и надежный?
- Как CDP помогает автоматизировать соответствие закону: сбор согласий, хранение и удаление данных, прекращение коммуникации по запросу, прозрачность работы с данными

- Какие действия теперь под особым контролем (email, формы, аналитика, CRM)
- Что делать маркетологам: чек-лист и новые правила игры

5 мин на ответы на вопросы

13:35 – 14:05 Общее экспертное обсуждение + ответы на ключевые вопросы участников:

e-commerce, юрист и эксперт Sendsay отвечают на отобранные заранее вопросы + вопросы из чата онлайн

Вопросы для обсуждения:

- **Насколько поправки ограничи́ли эффективность маркетинга?**
Изменился ли охват? Пришлось ли отключать какие-то инструменты или сокращать активность (например, ретаргетинг, сценарные email-цепочки, аналитика)?
- **Как выстроена у вас внутренняя работа по соответствию 152-ФЗ?**
Какие отделы внутри вашей компании отвечают за приведение маркетинга в соответствие с требованиями по персональным данным? Есть ли выделенные project-менеджеры по 152-ФЗ или вы только планируете их нанять?
- **Начали вносить уже какие-то изменения в работу маркетинга и CRM после поправок к 152-ФЗ?**
Что изменили в формах, политике согласий, подходах к аналитике, рассылкам? Применяете ли double opt-in, отказоустойчивые механизмы учета согласий и отписок?
- **Какие технологии вы используете для автоматизации соответствия закону?**
Есть ли у вас внутренняя CDP/CRM или сторонние решения? Какие функции автоматизации жизненного цикла данных вы считаете критичными?
- **Как вы начали выстраивать процесс уведомлений в Роскомнадзор?**
Вы уже готовитесь подать уведомление? Какие сложности возникли? Что бы вы посоветовали коллегам из среднего бизнеса на этом этапе?
- **Отказались ли вы от зарубежных сервисов, если использовали?**
Продолжаете ли использовать какие-либо зарубежные инструменты? Как решаете вопросы трансграничной передачи данных?
- **Планируете ли пересматривать подрядчиков/агентства в связи с требованиями 152-ФЗ?**
Какие критерии стали критичными при выборе технологических подрядчиков, агентств, хостинга, облаков?
- **С 1 июля вступают в силу оборотные штрафы за нарушение закона о персональных данных, и в отрасли уже высказываются опасения, что это может спровоцировать рост хакерских атак — ведь теперь компаниям, особенно с крупными базами, может быть проще заплатить выкуп, чем нести миллионные оборотные штрафы от регулятора. Планируете ли вы в коммуникационном маркетинге менять коммуникационную стратегию с клиентами — в условиях, когда к инцидентам с утечками теперь приковано больше внимания и регуляторов, и общественности? (например, кейс с 12 storeez – чисто гипотетически, вы могли бы также откровенно рассказывать о хакерских атаках в соцсетях своей аудитории) И как, на ваш взгляд, рынок в целом должен реагировать на новый уровень ответственности?**

Участники дискуссии:

Павел Бурмакин, руководитель судебно-претензионного управления ГК «Детский Мир»

Михаил Шатров, руководитель отдела развития цифровых продуктов, компания Vpodarok

Глеб Кашеев, генеральный директор омниканальной CDP (Customer Data Platform) Sendsay

Ангелина Балакина, руководитель практики юридической компании Орлова\Ермоленко

14:05 Модератор делает выводы и дает инструкции:

- Рассказывает как обратиться за консультацией к экспертами дает контакты в виде QR (+потом в пост-рассылке)
- Краткий обзор «что делать дальше» в пост-рассылке
- Ссылки на материалы, шаблоны и рекомендации, статьи про ПД с Блога, гайды по CDP
- Где получить помощь от Sendsay и Ассоциации

Материалы участникам:

- Чек-лист: что проверить по новым требованиям 152-ФЗ (+ ссылка на нашу статью ПД в чек-листе)
- Чек-лист вопросов от Роскомнадзора при проверке
Шаблон уведомления в РКН
- Образец правильного согласия на обработку перс данных и образец обновленной политики конфиденциальности
- Памятка для маркетологов

<https://t.me/+3hGhYpE74RFkZDRi> - ТГ чат участников вебинара

Модератор:

Анна Балашова, руководитель отдела телекоммуникаций, РБК

Спикеры:

1. Ангелина Балакина, руководитель практики юридической компании Орлова\Ермоленко
2. Глеб Кашеев, генеральный директор омниканальной CDP (Customer Data Platform) Sendsay. Основатель Ассоциации компаний по защите и хранению персональных данных