

Вносится Правительством
Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2022, № 50 (часть III), ст. 8772) следующие изменения:

1) в части 2 статьи 2:

а) пункт 3 после слов «внешнего рынков,» добавить словами «опросы общественного мнения,»,

б) пункт 9 изложить в следующей редакции:

«9) упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые сами по себе не являются сведениями рекламного характера и органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства, или в иной результат интеллектуальной деятельности.»;

2) статью 4 дополнить абзацем вторым следующего содержания:

«При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской

Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.»;

3) в статье 5:

а) пункт 4 части 2 исключить,

б) часть 11 исключить;

4) статью 8 дополнить абзацем вторым следующего содержания:

«В случае, если продажа товаров дистанционным способом осуществляется исключительно посредством доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и реклама таких товаров содержит указание на сайт, страницу сайта, страницу социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которых предоставляется возможность осуществить продажу товаров дистанционным способом, сведения, предусмотренные настоящей статьей, могут быть размещены на соответствующей странице сайта, странице социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которых предоставляется возможность осуществить продажу товаров дистанционным способом.»;

5) пункт 2 статьи 9 изложить в следующей редакции:

«2) источник информации об организаторе и условиях такого мероприятия»;

б) в части 14 статьи 14 слова «объявленные в» заменить словами «объявленные указом Президента»;

7) в статье 15:

а) в части 2 слова «продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток»

заменить словами «общая продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов от общего времени вещания радиопрограмм, транслируемых одним вещателем на одной частоте в течение суток»,

б) в части 13 слова «объявленные в» заменить словами «объявленные указом Президента»;

8) часть 1 статьи 18 после слов «радиотелефонной связи,» дополнить словами «включая передачу абонентам коротких текстовых сообщений, доступных для визуализации посредством использования программного обеспечения, установленного на их устройства, в том числе всплывающих сообщений,»;

9) статью 18.1 дополнить частью 18 следующего содержания:

«18. Не относится к рекламе, распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

информация о товаре, его продавце или производителе, размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте владельца агрегатора информации об однородных товарах или на сайте такого товара, его производителя или продавца, либо в сервисах размещения объявлений, определенных в соответствии с Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» без учета требований к количеству пользователей, имеющих доступ к таким сервисам, не имеющая в качестве основной цели продвижение товара на рынке;

сведения об указателе страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», выдаваемые оператором поисковой системы для доступа к запрашиваемой информации,

расположенной на сайтах в сети «Интернет», принадлежащих иным лицам, не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке.»;

10) в части 1 статьи 20 слово «рекламодателем» исключить,

11) часть 3 статьи 21 изложить в следующей редакции:

«3. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем в радиопрограммах данному предупреждению должно быть отведено не менее чем три секунды, в телепрограммах – не менее чем пять секунд и не менее чем десять процентов площади кадра, при распространении такой рекламы другими способами – не менее десяти процентов рекламной площади (пространства).»;

12) в пункте 2 части 5 статьи 27 слова «, о правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей» заменить словами «и об условиях проведения основанных на риске игр, пари»;

13) часть 2 статьи 33 дополнить пунктом 1¹) следующего содержания:

«1¹) выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям предупреждения о прекращении распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, либо о принятии мер, направленных на профилактику нарушения законодательства о рекламе;»;

14) дополнить статьей 36.1 следующего содержания:

«Статья 36.1. Предупреждение о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения законодательства о рекламе

1. В целях пресечения рекламы, которая содержит признаки нарушения законодательства о рекламе, антимонопольный орган выдает лицу, которое несет ответственность за нарушение требований настоящего Федерального закона, признаки нарушения которых выявлены в рекламе, предупреждение в письменной форме о прекращении распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, либо о принятии мер, направленных на профилактику нарушения законодательства о рекламе (далее – предупреждение), при условии если в отношении такого лица в предшествующие двенадцать месяцев не выносилось предупреждение по рекламе, содержащей признаки аналогичного нарушения.

2. Предупреждение выдается руководителем антимонопольного органа лицам, указанным в части 1 настоящей статьи, в случае выявления в рекламе признаков нарушения части 10.1 статьи 5, статей 8, 9, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24, части 5 статьи 27, частей 1, 5.1, 5.2 статьи 28 настоящего Федерального закона. Принятие антимонопольным органом решения о возбуждении дела по признакам нарушения части 10.1 статьи 5, статей 8, 9, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24, части 5 статьи 27, частей 1, 5.1, 5.2 статьи 28 настоящего Федерального закона без вынесения предупреждения и до завершения срока его выполнения не допускается.

3. Выдача предупреждения в период рассмотрения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе осуществляется комиссией по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в случае, если при рассмотрении такого дела установлены признаки нарушения части 10.1 статьи 5, статей 8, 9, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24, части 5 статьи 27, частей 1, 5.1, 5.2 статьи

28 настоящего Федерального закона, которые не были известны на момент возбуждения такого дела.

4. Предупреждение должно содержать:

1) выводы о наличии оснований для его выдачи;

2) нормы настоящего Федерального закона, признаки нарушения которых выявлены в рекламе, допущенные лицом, которому выдается предупреждение;

3) лицо, которое несет ответственность за нарушение норм настоящего Федерального закона, признаки нарушения которых выявлены в рекламе;

4) перечень действий, направленных на прекращение распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, либо принятие мер, направленных на профилактику нарушения законодательства о рекламе, а также разумный срок их выполнения.

5. Предупреждение выдается о прекращении распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, если на момент выдачи предупреждения распространение рекламы, послужившей основанием для его выдачи, продолжается. Предупреждение выдается о принятии мер, направленных на профилактику нарушения законодательства о рекламе, если на момент выдачи предупреждения распространение рекламы, послужившей основанием для его выдачи, прекращено.

6. Предупреждение подлежит обязательному рассмотрению лицом, которому оно выдано, в срок, указанный в предупреждении. Срок выполнения предупреждения должен составлять не менее чем десять дней. По мотивированному ходатайству лица, которому выдано предупреждение, и при наличии достаточных оснований полагать, что

в установленный срок предупреждение не может быть выполнено, указанный срок может быть продлен антимонопольным органом.

7. Антимонопольный орган должен быть уведомлен о выполнении предупреждения в течение трех дней со дня окончания срока, установленного для его выполнения.

8. При условии выполнения предупреждения дело по признакам нарушения законодательства о рекламе не возбуждается, а возбужденное дело прекращается, если предупреждение было выдано комиссией по рассмотрению такого дела, и лицо, выполнившее предупреждение, не подлежит административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе в связи с его устранением.

9. В случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения законодательства о рекламе антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе.

10. Форма предупреждения утверждается федеральным антимонопольным органом.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении тридцати дней после дня его официального опубликования.

Президент
Российской Федерации