

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 статье 2:

а) в части 2:

пункт 3 изложить в следующей редакции:

«3) справочные, информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний, опросов общественного мнения), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;»;

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.»;

б) дополнить частью 2.1 следующего содержания:

«2.1. Не относится к рекламе:

информация о товаре, его производителе, размещенная на информационном ресурсе производителя такого товара;

информация о товаре, его производителе или продавце, размещенная на информационном ресурсе продавца такого товара или владельца агрегатора информации об однородных товарах, не содержащая сведений рекламного характера;

информация о товаре, его производителе или продавце, размещенная на сайте и (или) странице сайта в сети «Интернет» и (или) в информационной системе и (или) посредством программы для электронных вычислительных машин, которые предназначены и (или) используются для организации взаимодействия их пользователей между собой в целях купли-продажи, мены и (или) передачи в пользование движимого и (или) недвижимого имущества, выполнения работ, оказания услуг, поиска подходящей работы и (или) подбора необходимых работников за счет предоставления их пользователям возможности самостоятельно размещать объявления на государственном языке Российской Федерации, государственных языках республик в составе Российской Федерации или иных языках народов Российской Федерации о купле-продаже, мене и (или) передаче в пользование движимого и (или) недвижимого имущества, выполнении работ, об оказании услуг, о поиске подходящей работы и (или) подборе необходимых сотрудников, тематически сгруппированные в зависимости от содержания таких объявлений, а также за счет предоставления их пользователям возможности

самостоятельно обращаться по таким объявлениям, не содержащая сведений рекламного характера.»;

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 информационный ресурс, на котором предоставляется возможность осуществить продажу товаров дистанционным способом, сведения, предусмотренные настоящей статьей, могут быть размещены на соответствующем информационном ресурсе, на котором предоставляется возможность осуществить продажу товаров дистанционным способом.»;

5) пункт 2 статьи 9 изложить в следующей редакции:

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

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

7) в части 13 статьи 15 слова «объявленные в» заменить словами «объявленные указом Президента»;

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

9) часть 3 статьи 21 изложить в следующей редакции:

«3. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем десять процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).»;

10) 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 о подробных условиях проведения основанных на риске игр, пари»;

11) часть 2 статьи 33 дополнить пунктом 1<sup>1</sup>) следующего содержания:

«1<sup>1</sup>) 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;»;

12) 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 при осуществлении федерального государственного контроля (надзора) в сфере рекламы, при возбуждении и рассмотрении дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе 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 и при этом реклама не содержит признаков нарушения требований настоящего Федерального закона, в случае выявления которых не предусматривается выдача предупреждения.

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 лицом распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, либо принятие лицом мер, направленных на профилактику нарушения законодательства о рекламе, а также разумный срок их выполнения.

5. Предупреждение выдается о прекращении лицом 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 лицом 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